



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 2017. GODINI**

Zagreb, kolovoz 2016.

Sadržaj

I.	MODEL I - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PROMOCIJE OBALNIH ŽUPANIJA I GRADA ZAGREBA	3
I-a	Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije	3
I-b	Udruženo oglašavanje raznovrsnosti turističke ponude Republike Hrvatske – nositelja strukovnih udruga u turizmu ...	4
I-c	Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude	5
I-d	Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije – oglašavanje destinacije	6
I-e	Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije	8
1.	Dokumentacija za prijavu za model I.....	10
2.	Rokovi prijave za model I.....	10
II.	MODEL II - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ORGANIZIRANIH PROGRAMA PUTOVANJA	12
1.	Dokumentacija za prijavu za model II.....	14
2.	Rokovi prijave za model II.....	14
III.	MODEL III - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PROMOCIJE KONTINENTA (OSIM GRADA ZAGREBA)	15
III-a	Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu	16
III-b	Udruženo oglašavanje posebne ponude kontinentalnih županija – nositelja smještajne ponude	17
III-c	Udruženo oglašavanje programa organiziranih putovanja na kontinentu.....	18
1.	Dokumentacija za prijavu za model III.....	19
2.	Rokovi prijave za model III.....	20
IV.	Ukupna planirana sredstva.....	21
V.	Kandidature koje se neće razmatrati	21
VI.	Troškovi koji nisu predmet udruženog oglašavanja	21
VII.	Plaćanje i dokazna dokumentacija	21
VIII.	Rješavanje sporova.....	22
IX.	Ostale odredbe Glavnog ureda HTZ-a	22
X.	Adrese turističkih zajednica obalnih županija	23
XI.	Adrese turističkih zajednica kontinentalnih županija.....	23

I. MODEL I - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PROMOCIJE OBALNIH ŽUPANIJA I GRADA ZAGREBA

Posebni programi destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba, te strukovnih udruga u turizmu
Udruženo oglašavanje sukladno ovom modelu odnosi se isključivo na ponudu destinacije u **predsezoni i posezoni** (siječanj-lipanj i rujan-prosinac ne uključujući oglašavanje ponude za mjesec srpanj i kolovoz).

➤ **Ukupna planirana sredstva modela I**

Ukupna planirana sredstva za oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba, te strukovnih udruga u turizmu iznose **23.650.000,00 kuna (s PDV-om)**. Raspodjela sredstava po županijama vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim noćenjima u 2015. godini kako slijedi:

ŽUPANIJA	UDIO U UKUPNIM NOĆENJIMA U 2015.	PLAN 2017.
	(bez kontinenta)	
Istarska	29,9	6.939.120,00 kn
Primorsko-goranska	18,6	4.324.480,00 kn
Ličko-senjska	3,1	728.480,00 kn
Zadarska	11,2	2.586.800,00 kn
Šibensko-kninska	6,9	1.596.160,00 kn
Splitsko-dalmatinska	19,0	4.398.720,00 kn
Dubrovačko-neretvanska	8,8	2.030.000,00 kn
Grad Zagreb	2,6	596.240,00 kn
UDRUGE		450.00,00 kn
UKUPNO	100,0	23.650.000,00 kn

Tablica 1. Izvor podataka o noćenjima: DZS RH

Turističke zajednice županija i Turistička zajednica grada Zagreba kao nositelji oglašavanja raspodjelu sredstava po pojedinim modelima predlažu na temelju dogovora na razini destinacije shodno svojim specifičnim interesima koji će se razmatrati prilikom donošenja odluke.

Udjeli pojedinih sudionika na razini destinacije moraju biti usuglašeni prije slanja objedinjujuće prijave HTZ-u imajući u vidu raspoloživa sredstva u Tablici 1., te u skladu s tim trebaju biti pripremljeni svi media planovi (za modele I-a, I-c, I-d i I-e).

I-a Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije

Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije obuhvaća oglašavanje opće turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba (imidž oglašavanje) koje provode Hrvatska turistička zajednica i sustav turističkih zajednica obalnih županija ili Turistička zajednica grada Zagreba.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ maksimalno do 50% sredstava,
- turistička zajednica županije (sustav turističkih zajednica) minimalno 50% sredstava.

Turističke zajednice županija koordiniraju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije.

Nositelj oglašavanja koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.

➤ **Media plan**

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

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

Svaki nositelj oglašavanja treba 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.

➤ **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,
 - 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.
- ✓ Oglašavanje se mora provoditi uz obveznu upotrebu logotipa i slogana HTZ-a koji mora biti minimalno veličine logotipa ostalih partnera koji se navode na oglasu.
- ✓ 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 prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštovanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja opće ponude destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i sustava turističkih zajednica.

I-b Udruženo oglašavanje raznovrsnosti turističke ponude Republike Hrvatske – nositelja strukovnih udruga u turizmu

Udruženo oglašavanje sadržaja iz ukupne destinacijske ponude Republike Hrvatske obuhvaća oglašavanje raznovrsnosti turističke ponude Republike Hrvatske koje provodi Hrvatska turistička zajednica u suradnji sa strukovnim udrugama u turizmu.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ maksimalno do 50% sredstava,
- nacionalna strukovna udruga u turizmu minimalno 50% sredstava.

Strukovna udruga koordinira oglašavanje hrvatskog turizma i udjele svojih članica u ime kojih će udruga provoditi udruženo oglašavanje.

➤ **Media plan**

Maksimalna sredstva s kojima će HTZ oglašavati hrvatski turizam u promotivnim kampanjama nacionalnih strukovnih udruga u turizmu iznose **do 100.000,00 kn** (s PDV-om) po udruzi.

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

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

Svaki nositelj oglašavanja treba 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.

➤ **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,
 - 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 i udruge kao partnera.
- ✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a i strukovne udruge u promotivnoj kampanji udruge uređuju se ugovorom između HTZ-a i udruge.

I-c Udruženo oglašavanje posebne ponude obalnih županija i Grada Zagreba – nositelja smještajne ponude

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 (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) u njihovim promotivnim kampanjama.

Svi partneri prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 25% sredstava. Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica.
- nositelj smještajne ponude minimalno 50% sredstava.

Sredstva za svakog nositelja smještajne ponude moraju biti u skladu s udjelom nositelja smještajne ponude u ostvarenim noćenjima u županiji u 2015. godini.

Turističke zajednice županija i Turistička zajednica grada Zagreba koordiniraju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije. Nositelj oglašavanja koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.

➤ **Media plan**

Nositelj oglašavanja je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i sustav turističkih zajednica odobre media plan.

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

Svaki nositelj oglašavanja treba 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.

➤ **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 sustava 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 prije pokretanja oglašavanja HTZ-u i sustavu turističkih zajednica dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ i sustav turističkih zajednica nadziru provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja mogu po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja smještajne ponude destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja smještajne ponude.

I-d Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije – oglašavanje destinacije

Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije obuhvaća oglašavanje opće i posebne turističke ponude obalnih županija i Grada Zagreba koje provode Hrvatska turistička zajednica, sustav turističkih zajednica obalnih

županija i Turistička zajednica grada Zagreba u **promotivnim kanalima** odabranog partnera organizatora turističkih putovanja ili posebnih programa destinacije i prijevoznika (vlastiti web i društvene mreže, katalogi, TV/radio oglašavanje).

Partneri koji se kandidiraju po ovom modelu ne mogu sudjelovati u drugim modelima iste županije.

Svi partneri prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ maksimalno do 50% sredstava,
- sustav turističkih zajednica i drugi subjekti u destinaciji minimalno 50% sredstava.

Turističke zajednice županija i Turistička zajednica grada Zagreba koordiniraju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja svoje županije.

➤ **Posebni kriteriji**

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.

Posebni kriteriji za 2017. godinu su:

- **Splitsko-dalmatinska županija:** veći broj dolazaka i noćenja u predsezoni i sezoni,
- **Dubrovačko-neretvanska županija:**
 - letovi prema ZL Dubrovnik:
 - cjelogodišnji letovi uvršteni u ljetni i zimski red letenja,
 - kontinuirane rotacije letova koje počinju 15. travnja 2017. i ranije, te završavaju 14. listopada 2017. i kasnije,
- **Grad Zagreb:** za oglašavanje destinacije u kanalima odabranog partnera doseg promotivnih kanala partnera (broj pregleda web stranice/doseg newslettera/ doseg profila na društvenim mrežama/ tiraža i distribucija kataloga i sl.).

Oglašavanje u promotivnim kanalima aviokompanija treba biti vezano isključivo za promociju direktnog leta za destinaciju, a oglašavanje u promotivnim kanalima turoperatora za promociju programa kojima se ostvaruje noćenje u destinaciji.

➤ **Media plan**

Nositelj oglašavanja je turistička zajednica županije. **Realizator oglašavanja** je odabrani partner 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 turistička zajednica županije odobre media plan kojim će se oglašavati.

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana te kandidiranog programa i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

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

➤ **Kandidirani program za predmetnu destinaciju**

Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan **program za predmetnu destinaciju** koji se kandidira za 2017. (period operacija, broj linija, broj rotacija u svakom razdoblju, kapacitet aviona/autobusa, broj zakupljenih smještajnih kapaciteta, županije na koje se programi odnose i slično).

Nositelj i/ili realizator oglašavanja dužni su obavijestiti HTZ 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.

Nositelj ili realizator oglašavanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **izjave o ostvarenom** broju linija, rotacija, gostiju u svakoj županiji ovisno o kandidiranoj vrsti programa (sadržaj izjave bit će priložen uz ugovor). Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti radi praćenja učinka programa udruženog oglašavanja.

➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja u **vlastitim kanalima realizatora** nositelj i realizator oglašavanja moraju izvršiti sljedeće:

- objaviti oglas koji sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a i sustava 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.

HTZ i sustav turističkih zajednica će prema potrebi tražiti od partnera/organizatora da uvrsti samo one vlastite kanale 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 2017.

- ✓ 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 i sustava turističkih zajednica kao partnera.
- ✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštovanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ Nadzor i ugovor

HTZ i sustav turističkih zajednica nadziru provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja/realizatora oglašavanja mogu po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji posebnih programa destinacije – oglašavanju destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a i sustava turističkih zajednica.

I-e Udruženo oglašavanje posebnih programa destinacije

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 odabranog partnera** organizatora turističkih putovanja ili posebnih programa destinacije i prijevoznika.

Partneri koji se kandidiraju po ovom modelu ne mogu sudjelovati u drugim modelima iste županije.

Svi partneri prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju.

➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- HTZ i sustav turističkih zajednica svaki maksimalno do 25% sredstava. Udio HTZ-a ne može biti veći od udjela sustava turističkih zajednica.
- Partner/organizator minimalno 50% sredstava.

Turističke zajednice županija koordiniraju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije.

➤ **Posebni kriteriji**

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.

Posebni kriteriji za 2017. godinu su:

- **Splitsko-dalmatinska županija:** veći broj dolazaka i noćenja u predsezoni i sezoni,
- **Dubrovačko-neretvanska županija:**
 - letovi prema ZL Dubrovnik:
 - cjelogodišnji letovi uvršteni u ljetni i zimski red letenja,
 - kontinuirane rotacije letova koje počinju 15. travnja 2017. i ranije, te završavaju 14. listopada 2017. i kasnije,
- **Grad Zagreb:** za oglašavanje programa destinacije - promociju turističkih usluga različitih aspekata - dokaz da je agencija registrirana na području TZ grada Zagreba kojoj se prijavljuje.

➤ **Media plan**

Nositelj oglašavanja je organizator turističkih putovanja ili posebnih programa destinacije ili prijevoznik koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i turistička zajednica županije odobre media plan.

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana te kandidiranog programa i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

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

Minimalno 60% media plana mora se odnositi na oglašavanje u zakupu.

➤ **Kandidirani program za predmetnu destinaciju**

Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan **program za predmetnu destinaciju** koji se kandidira za 2017. (period operacija, broj linija, broj rotacija u svakom razdoblju, kapacitet aviona/autobusa, broj zakupljenih smještajnih kapaciteta, županije na koje se programi odnose i slično).

Nositelj oglašavanja i/ili sustav turističkih zajednica dužni su obavijestiti HTZ 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.

Organizator putovanja/prijevoznik će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **izjave o ostvarenom** broju linija, rotacija, gostiju, odnosno posjetitelja u svakoj županiji ovisno o kandidiranoj vrsti programa (sadržaj izjave bit će priložen uz ugovor). Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti radi praćenja učinka programa udruženog oglašavanja.

➤ **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** (oglašavanje na vlastitim web i društvenim stranicama, tiskana promotivna brošura ili katalog s objavljenim oglasom HTZ-a i sustava turističkih zajednica, TV/radio oglašavanje) može biti dio media plana maksimalno u dopuštenom omjeru u skladu s propisanim načinom oglašavanja, te uz dostavu i pregled svih troškova.

HTZ i sustav turističkih zajednica će prema potrebi tražiti od partnera/organizatora da uvrsti samo one vlastite kanale 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 2017.

➤ Način oglašavanja

U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora izvršiti sljedeće:

- objavitelji zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i sustava turističkih zajednica,
 - 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, težine 40 KB, a u vlastitim katalozima najmanje 1 stranicu oglasa hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a i sustava 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 dužan je u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju HTZ-a, sustava turističkih zajednica i organizatora/prijevoznika kao partnera.
 - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u i sustavu turističkih zajednica dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštovanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ Nadzor i ugovor

HTZ i sustav turističkih zajednica nadziru provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja mogu po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji posebnih programa destinacije uređuju se ugovorom između HTZ-a, sustava turističkih zajednica i odabranog partnera.

1. Dokumentacija za prijavu za model I

Svi obrasci za prijavu nalaze se u **prilogu** ovog Javnog poziva (obraci i tablice) i dostavljaju se **u tiskanom obliku**, a Excel tablice dodatno i **u elektroničkom obliku** (na CD/DVD/USB-u) s ostalom propisanom dokumentacijom.

• Model I-a:	obraci	I-a 2017	Media plan – zakup	I-a prijava
• Model I-b:	obraci	I-b 2017	Media plan – zakup	I-b prijava
• Model I-c:	obraci	I-c 2017	Media plan – zakup	I-c prijava
• Model I-d:	obraci	I-d 2017	Media plan – vlastiti	I-d prijava
• Model I-e:	obraci	I-e 2017	obraci media planova	I-e prijava

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i potvrdu nadležne porezne uprave da **nositelj smještajne ponude, domaći prijevoznik, TO/TA ili organizator** 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 I

- a. Prijave za **model I-a (opća ponuda destinacije)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu turističkih zajednica obalnih županija **zaključno do 10.09.2016. godine.**

-
- b. Prijave za **model I-b (strukovne udruge)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 10.09.2016. godine.**
 - c. Prijave za **model I-c (nositelji smještajne ponude)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu turističkih zajednica obalnih županija ili Turističke zajednice grada Zagreba **zaključno do 10.09.2016. godine.**
 - d. Prijave za **model I-d (posebni programi destinacije – oglašavanje destinacije)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu turističkih zajednica obalnih županija ili Turističke zajednice grada Zagreba **zaključno do 10.09.2016. godine.**
 - e. Prijave za **model I-e (posebni programi destinacije)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu turističkih zajednica obalnih županija ili Turističke zajednice grada Zagreba **zaključno do 10.09.2016. godine.**

U obzir dolaze i kandidature poslane s navedenim datumom pošte.

Turističke zajednice obalnih županija i Turistička zajednica grada Zagreba zaprimljene i obrađene kandidature, odnosno svoju objedinjujuću prijavu za modele I-a, I-c, I-d i I-e uz naznaku „Prijave za **udruženo oglašavanje model I/2017**“ podnose u pisanom obliku isključivo poštom na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, a tablicu s objedinjujućim pregledom svih prijava po modelima **i u elektroničkom obliku** poštom (na CD/DVD, USB-u) i mailom u **roku zadanom po objavi ovog Javnog poziva.**

II. MODEL II - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE ORGANIZIRANIH PROGRAMA PUTOVANJA

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** (programi koji uključuju organizirane usluge prijevoza do Hrvatske i smještaja u Hrvatskoj).

Udruženo oglašavanje odnosi se isključivo na ponudu organiziranih programa za Hrvatsku koji uključuju **predsezonu i/ili posezonu** (siječanj-lipanj i rujan-prosinac).

➤ **Ukupna planirana sredstva modela II**

Ukupna planirana sredstva za udruženo oglašavanje Republike Hrvatske kao turističke destinacije u oglašavanju organiziranih programa putovanja iznose **10.500.000,00 kuna (s PDV-om)**.

➤ **Organizatori putovanja koji se mogu prijaviti po ovom modelu:**

- a) **Organizatori putovanja** koji imaju organizirane programe putovanja s organiziranim zračnim charter prijevozom ili zakupljenim sjedalima na redovnim linijama sa strateških stranih tržišta za Hrvatsku ili organizirane programe putovanja s autobusnim prijevozom za Hrvatsku,
- b) **Konsolidatori u zračnom prijevozu** na čijim letovima za Hrvatsku TO/TA zakupljuju sjedala za organizirane programe putovanja,
- c) **Konsolidatori programa organiziranih putovanja** – TO/TA koji konsolidiraju programe organiziranih putovanja više drugih turističkih agencija s inozemnih tržišta.

Ukoliko je konsolidator kandidirao TO/TA koja ostvaruje sredstva po drugom ugovoru udruženog oglašavanja s HTZ-om, ti podaci neće se uzimati u obzir u razmatranje kod prijave ni kod realizacije programa konsolidatora.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ maksimalno do 50% sredstava,
- organizator putovanja minimalno 50%.

➤ **Media plan**

Nositelj oglašavanja je organizator putovanja koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ odobri predložene programe i media plan.

Media plan treba sadržavati ponudu i prijedlog zajedničkih marketinških aktivnosti ukupne **minimalne vrijednosti** 300.000,00 kn neto.

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana te kandidiranog programa i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

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

Organizatori putovanja dužni su određen minimalan dio sredstava uložiti u **zakup medijskog prostora** za offline i online oglašavanje i to:

- organizatori organiziranih putovanja 60%,
- konsolidatori 30%.

➤ **Kandidirani program za Hrvatsku**

Pri odabiru programa oglašavanja razmatrat će se prijedlog media plana, podaci o broju gostiju koje je organizator putovanja sa svojim programom ostvario u 2015. godini, procjena za 2016. godinu te okvirni plan za 2017. godinu.

Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan **program za Hrvatsku** koji se kandidira za 2017. (period operacija, broj linija, broj rotacija u svakom razdoblju, kapacitet aviona/autobusa, županije na koje se programi odnose i slično). Organizirani programi za Hrvatsku koji se mogu kandidirati u ovom modelu moraju trajati najmanje **4 mjeseca**.

- Prednost će imati prijave organizatora putovanja za programe s organiziranim zračnim prijevozom:
 - koji ostvaruju veći broj putnika u organiziranim programima za Hrvatsku,
 - koji realiziraju te programe na 3 i više zračnih luka u Hrvatskoj i s više polaznih zračnih luka,
 - koji u predsezoni i posezoni uvode nove linije, povećavaju kapacitete i produljuju period operacija.

Organizator putovanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **izjavu o ostvarenom** broju linija, rotacija, gostiju u svakoj županiji (sadržaj izjave bit će priložen uz ugovor). Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti radi praćenja učinka programa udruženog oglašavanja.

Nositelj oglašavanja dužan je obavijestiti HTZ ukoliko dođe do promjena u realizaciji programa u odnosu na kandidirani program. U slučaju smanjenja realizacije kandidiranog programa, HTZ može 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.

- **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** (oglašavanje na vlastitim web i društvenim stranicama, tiskana promotivna brošura ili katalog s objavljenim oglasom HTZ-a, TV/radio oglašavanje) može biti dio media plana maksimalno u dopuštenom omjeru u skladu s propisanim načinom oglašavanja, te uz dostavu i pregled svih troškova.

HTZ će prema potrebi tražiti od partnera/organizatora da uvrsti samo one vlastite kanale koji omogućavaju kobrendirani sadržaj, te u kojima će kao partner biti prisutan dok god traje udruženo oglašavanje, odnosno za vrijeme trajanja kandidiranog programa za predmetnu destinaciju 2017.

➤ **Način oglašavanja**

U svim vrstama oglašavanja 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, težine 40 KB, a u vlastitim katalogima najmanje 1 stranicu oglasa hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - 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 organizatora kao partnera.
 - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštovanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja HTZ-a u promotivnim kampanjama organizatora putovanja uređuju se ugovorom između HTZ-a i organizatora putovanja.

1. Dokumentacija za prijavu za model II

Svi obrasci za prijavu nalaze se u **prilogu** ovog Javnog poziva (obraci i tablice) i dostavljaju se **u tiskanom obliku**, a Excel tablice dodatno i **u elektroničkom obliku** (na CD/DVD/USB-u) s ostalom propisanom dokumentacijom.

- Model II-a: obrasci **II-a 2017** **obraci media planova** **II-a program** **II-a prijava**
- Model II-b: obrasci **II-b 2017** **obraci media planova** **II-b program** **II-b prijava**
- Model II-c: obrasci **II-c 2017** **obraci media planova** **II-c program** **II-c prijava**

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i potvrdu nadležne porezne uprave da **domaći TO/TA ili organizator** nema dug prema državi (ne stariji od 30 dana od datuma slanja prijave).

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.

2. Rokovi prijave za model II

Organizator putovanja/konsolidator prijavu uz naznaku „Prijava za udruženo oglašavanje model II/2017“ podnosi **ISKLUČIVO** poštom u pisanom obliku na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 10.09.2016. godine.**

U obzir dolaze i kandidature poslane s navedenim datumom pošte.

III. MODEL III - UDRUŽENO OGLAŠAVANJE DESTINACIJSKE PROMOCIJE KONTINENTA (OSIM GRADA ZAGREBA)

Posebni programi destinacijske promocije kontinenta (osim Grada Zagreba)

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

➤ Ukupna planirana sredstva modela III

Ukupna planirana sredstva za udruženo oglašavanje hrvatskog turizma u posebnim programima destinacijske promocije kontinenta su sredstva za turistički nerazvijena područja i iznose **5.850.000,00 kuna (s PDV-om)**.

MODEL III	PLAN 2017.
Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu (imidž oglašavanje)	
Udruženo oglašavanje posebne ponude destinacije na kontinentu – nositelja smještajne ponude	4.450.000,00 kn
Udruženo oglašavanje programa organiziranih putovanja na kontinentu	1.400.000,00 kn
UKUPNO	5.850.000,00 kn

Tablica 2.

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 **4.450.000,00 kn (s PDV-om)**.

Raspodjela navedenih sredstava vrši se sukladno udjelu pojedine županije u ukupno ostvarenim noćenjima na kontinentu u 2015. godini kako slijedi:

ŽUPANIJA	Udio u ukupno ostvarenim noćenjima na kontinentu u 2015.	PLAN 2017.
Bjelovarsko-bilogorska	4,2	186.900,00 kn
Brodsko-posavska	2,9	129.050,00 kn
Karlovačka	26,3	1.170.350,00 kn
Koprivničko-križevačka	1,9	84.550,00 kn
Krapinsko-zagorska	14,4	640.800,00 kn
Međimurska	8,5	378.250,00 kn
Osječko-baranjska	10,5	467.250,00 kn
Požeško-slavonska	1,6	71.200,00 kn
Sisačko-moslavačka	5,5	244.750,00 kn
Varaždinska	8,6	382.700,00 kn
Virovitičko-podravska	1,9	84.550,00 kn
Vukovarsko-srijemska	6,3	280.350,00 kn
Zagrebačka	7,4	329.300,00 kn
UKUPNO	100,0	4.450.000,00 kn

Tablica 3. Izvor podataka o noćenjima: DZS RH

Turističke zajednice županija kao nositelji oglašavanja raspodjelu sredstava po pojedinim modelima predlažu na temelju dogovora na razini destinacije shodno svojim specifičnim interesima koje će se razmatrati prilikom donošenja odluke.

Udjeli pojedinih sudionika na razini destinacije moraju biti usuglašeni prije slanja objedinjujuće prijave HTZ-u imajući u vidu raspoloživa sredstva iz točke 1., te u skladu s tim trebaju biti pripremljeni svi media planovi (za modele 3-a i 3-b).

III-a Udruženo oglašavanje opće ponude destinacije na kontinentu

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).

➤ Propisani udjeli sudjelovanja:

- HTZ maksimalno do 80% sredstava,
- sustav turističkih zajednica minimalno 20% sredstava.

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 oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja županije.

Nositelj oglašavanja koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.

➤ Media plan

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

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

Svaki nositelj oglašavanja treba 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 izvan područja županije.

➤ 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,
- 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.

✓ Oglašavanje se mora provoditi uz obveznu upotrebu logotipa i slogana HTZ-a koji mora biti minimalno veličine logotipa ostalih partnera koji se navode na oglasu.

✓ 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 i sustava turističkih zajednica kao partnera.

✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji opće ponude destinacije na kontinentu uređuju se ugovorom između HTZ-a i sustava turističkih zajednica.

III-b Udruženo oglašavanje posebne ponude kontinentalnih županija – nositelja smještajne ponude

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 (gospodarski subjekti koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) u njihovim promotivnim kampanjama.

Svi partneri prije slanja konačne prijave trebaju usuglasiti udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

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

Sredstva za svakog nositelja smještajne ponude moraju biti u skladu s udjelom nositelja smještajne ponude u ostvarenim noćenjima u županiji u 2015. godini.

Turističke zajednice županija koordiniraju oglašavanje hrvatskog turizma i udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u promotivnim kampanjama, te usuglašavaju sudjelovanje sustava turističkih zajednica općina, gradova i mjesta s područja obalne županije.

Nositelj oglašavanja koordinira udjele sredstava između pojedinih sudionika na razini destinacije koji će sudjelovati u oglašavanju.

➤ **Media plan**

Nositelj oglašavanja je nositelj smještajne ponude koji promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon što HTZ i sustav turističkih zajednica odobre media plan.

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

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

Media plan se mora odnositi na oglašavanje u **nacionalnim ili inozemnim 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).

➤ **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 sustava 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 prije pokretanja oglašavanja HTZ-u i sustavu turističkih zajednica dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ i sustav turističkih zajednica nadziru provedbu ugovorenog oglašavanja, te od nositelja oglašavanja mogu po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji nositelja smještajne ponude uređuju se ugovorom između HTZ-a, sustava turističkih zajednica i nositelja smještajne ponude.

III-c Udruženo oglašavanje programa organiziranih putovanja na kontinentu

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**.

Programi obuhvaćeni ovim modelom su organizirani programi s noćenjima prvenstveno u **kontinentalnim županijama** navedenim u Tablici 3., te se na njih treba odnositi minimalno **75% oglašavanja**.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- HTZ maksimalno do 70% sredstava,
- organizator putovanja na kontinentu minimalno 30% sredstava.

➤ **Media plan**

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

HTZ ima pravo tražiti promjenu pojedinih aktivnosti iz media plana te kandidiranog programa i predložiti nove radi usklađenja sa Strateškim marketinškim planom hrvatskog turizma za razdoblje 2014. – 2020.

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

Minimalno 60% media plana mora se odnositi na oglašavanje u zakupu.

➤ **Kandidirani program za predmetnu destinaciju**

Pri odabiru programa oglašavanja razmatrat će se dostavljeni media plan, te podaci o broju gostiju s noćenjima na kontinentu koje je organizator putovanja sa svojim programom ostvario u 2015. godini, procjena za 2016. godinu, te okvirni plan za 2017. godinu.

Uz prijavu potrebno je dostaviti i detaljan **program za predmetnu destinaciju** koji se kandidira za 2017. (period operacija, broj linija, broj rotacija u svakom razdoblju, kapacitet aviona/autobusa, županije na koje se programi odnose i slično).

Organizator putovanja će uz dokaznu dokumentaciju o provedenom udruženom oglašavanju dostaviti i **izjave o ostvarenom** broju linija, rotacija, gostiju u svakoj županiji ovisno o kandidiranoj vrsti programa (sadržaj izjave bit će priložen uz ugovor). Navedenu dokumentaciju o realiziranom programu HTZ će koristiti radi praćenja učinka programa udruženog oglašavanja.

Nositelj oglašavanja dužan je obavijestiti HTZ ukoliko dođe do promjena u realizaciji programa u odnosu na kandidirani program. U slučaju smanjenja realizacije kandidiranog programa, HTZ može 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.

➤ **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 (oglašavanje na vlastitim web i društvenim stranicama, tiskana promotivna brošura ili katalog s objavljenim oglasom HTZ-a, TV/radio oglašavanje) može biti dio media plana maksimalno u dopuštenom omjeru u skladu s propisanim načinom oglašavanja, te uz dostavu i pregled svih troškova.

HTZ će prema potrebi tražiti od partnera/organizatora da uvrsti samo one vlastite kanale koji omogućavaju kobrendirani sadržaj, te u kojima će kao partner biti prisutan dok god traje udruženo oglašavanje, odnosno za vrijeme trajanja kandidiranog programa za predmetnu destinaciju 2017.

➤ **Način oglašavanja**

U svim vrstama oglašavanja 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, težine 40 KB, a u vlastitim katalogima najmanje 1 stranicu oglasa hrvatskog turizma, odnosno vizualni materijal HTZ-a,
 - 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, veličine 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 i organizatora kao partnera.
 - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je prije pokretanja oglašavanja HTZ-u dostaviti prijedlog oglasa na **autorizaciju (navesti model/ugovor i nositelja oglašavanja)**, te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.

➤ **Nadzor i ugovor**

HTZ nadzire provedbu ugovorenog oglašavanja te vezano uz to od nositelja oglašavanja može po potrebi zatražiti svu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

Prava, obveze i sadržaj oglašavanja u promotivnoj kampanji organizatora putovanja na kontinentu uređuju se ugovorom između HTZ-a i organizatora putovanja.

1. Dokumentacija za prijavu za model III

Svi obrasci za prijavu nalaze se u prilogu ovog Javnog poziva (obraci i tablice) i dostavljaju se u tiskanom obliku, a Excel tablice dodatno i u elektroničkom obliku (na CD/DVD/USB-u) s ostalom propisanom dokumentacijom.

- | | | | |
|------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| • Model III-a: obrasci | III-a 2017 | Media plan – zakup | III-a prijava |
| • Model III-b: obrasci | III-b 2017 | Media plan – zakup | III-b prijava |
| • Model III-c: obrasci | III-c 2017 | obraci media planova | II-c program III-c prijava |

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti potvrdu nadležne porezne uprave da **nositelj smještajne ponude i domaći organizator programa na kontinentu** 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 III

- a) Prijave za **model III-a (opća ponuda destinacije na kontinentu)** podnose se uz naznaku modela **ISKLUČIVO** poštom u pisanom obliku na adresu turističkih zajednica kontinentalnih županija **zaključno do 10.09.2016. godine.**
- b) Prijave za **model 3-b (nositelji smještajne ponude na kontinentu)** podnose se uz naznaku modela u pisanom obliku **ISKLUČIVO** poštom na adresu turističkih zajednica kontinentalnih županija **zaključno do 10.09.2016. godine.**
- c) Prijave za **model III-c (organizatori putovanja na kontinentu)** uz naznaku „Prijave za udruženo oglašavanje model III-c/2017“ podnose se **ISKLUČIVO** poštom u pisanom obliku na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice **zaključno do 10.09.2016. godine.**

U obzir dolaze i kandidature poslane s navedenim datumom pošte.

Turističke zajednice kontinentalnih županija zaprimljene i obrađene kandidature, odnosno svoju objedinjujuću prijavu za modele **III-a i III-b** uz naznaku „**Prijave za udruženo oglašavanje model III/2017**“ podnose u pisanom obliku isključivo poštom na adresu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednice, a tablicu s objedinjujućim pregledom svih prijava po modelima **i u elektroničkom obliku** poštom (na CD/DVD, USB-u) i mailom u **roku zadanom po objavi ovog Javnog poziva.**

IV. Ukupna planirana sredstva

Planirana sredstva Glavnog ured Hrvatske turističke zajednice za udruženo oglašavanje u 2017. godini iznose ukupno **40.000.000,00 kn (s PDV-om)** i raspoređena su po modelima kako slijedi:

MODEL	NAZIV	PLAN 2017.
MODEL I	Udruženo oglašavanje destinacijske promocije obalnih županija i Grada Zagreba, te strukovnih udruga u turizmu	23.650.000 kn
MODEL II	Udruženo oglašavanje organiziranih programa putovanja	10.500.000 kn
MODEL III	Udruženo oglašavanje destinacijske promocije kontinenta (osim Grada Zagreba)	5.850.000 kn
UKUPNO		40.000.000 kn

Tablica 4.

V. 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.

VI. Troškovi koji nisu predmet udruženog oglašavanja

Udruženo oglašavanje i media plan mogu uključivati samo troškove zakupa oglasnog prostora i **NE obuhvaćaju** sljedeće troškove:

- Dizajn i pripremu oglasa,
- Izradu vlastitih web stranica ili aplikacija,
- SEO,
- Tečajeve za edukaciju zaposlenika,
- Nastupe na sajmovima i prezentacijama,
- Bankovne troškove,
- Agencijsku naknadu,
- Ostalo prema odluci HTZ-a.

Prihvatljivi i dopušteni vlastiti kanali mogu biti odobreni u pojedinim modelima kako je propisano, te je za takvu vrstu oglašavanja potrebno dostaviti pregled svih troškova oglašavanja koji se na njih odnose.

VII. Plaćanje i dokazna dokumentacija

Isplata sredstava vrši se nakon realizacije 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, financijska specifikacija svakog pojedinog oglasa i ukupnog financijskog iznosa realiziranog oglašavanja,
- specifikacija svih dostavljenih priloga u skladu s dostavljenim obračunom i odobrenim media planom,
- originalne primjerke objavljenih oglasa u tiskanim medijima,
- fotodokumentaciju za oglašavanje putem plakatiranja s priloženim ovjerenim popisom plakatnih mjesta,
- kompjutorski ispis i audio-video zapis na CD-u ili DVD-u za TV i radio oglašavanje s priloženim ovjerenim detaljnim popisom vremena emitiranja,
- kompjutorski ispis i audio-video zapis na CD-u ili DVD-u za Internet oglašavanje (screen-shot stranice na kojoj je objavljen oglas ili advertorial, screen-shot stranice s prikazom oglasa na temelju ključnih riječi, screen-shot

stranice na koju ključne riječi i oglasi vode, a na kojoj se mora nalaziti oglas HTZ, popis ključnih riječi, te statistika kampanje),

- dokaznice o oglašavanju na društvenim mrežama,
- račune dobavljača za sve troškove po stavkama realiziranog media plana,
- dokaze o plaćanju oglašavanja za koje se traži isplata udjela HTZ-a,
- potrebne izjave i potvrde o realizaciji kandidiranog programa po županijama u 2017. godini navedene u pojedinim modelima.

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.

Račune za realizirano oglašavanje nositelji oglašavanja dužni su ispostavljati najviše jednom mjesečno, te po završetku svakog dijela oglašavanja.

VIII. Rješavanje sporova

- Mjerodavno pravo jest hrvatsko pravo te će se odredbe ovog Javnog poziva i Ugovora tumačiti u skladu sa zakonima Republike Hrvatske.
- 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.
- Mjesto arbitraže bit će Zagreb. Jezik arbitraže biti će hrvatski jezik.
- Mjerodavno pravo jest hrvatsko pravo bez mogućnosti pozivanja na odredbe Zakona o rješavanju sukoba zakona s propisima drugih zemalja.
- 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.
- 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.

IX. Ostale odredbe Glavnog ureda HTZ-a

- HTZ neće sudjelovati u programima udruženog oglašavanja koji uključuju subjekte koji **ne plaćaju** boravišnu pristojbu, turističku članarinu te ostale financijske obveze prema HTZ-u ili sustavu turističkih zajednica.
- Kandidature se razmatraju prema redosljedu prispjeća u HTZ, a mogu se odobravati do ukupno raspoloživih sredstava za oglašavanje u promotivnim kampanjama turističkog sektora.
- 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 HTZ 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.
- Odluku o odabiru promotivnih kampanji u kojima će HTZ u 2017. godini provoditi udruženo oglašavanje hrvatskog turizma, donosi Turističko vijeće HTZ-a na prijedlog Povjerenstva koje imenuje Turističko vijeće HTZ-a.
- 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 time ni na koji način ne preuzima 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.
- f) 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.
- g) 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 2017. godinu dok se te prethodno preuzete obveze ne ispune.
- h) 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.
- i) HTZ zadržava pravo uključivanja mjerodavnih državnih institucija za provjeru dostavljenih podataka o realizaciji obujma oglašavanja i programa (inspekcija/revizija).
- j) Troškovi priznati po jednom ugovoru ne mogu biti priznati u realizaciji drugih ugovora s HTZ-om.

Obrasci za prijavu i dodatne upute su sastavni i obvezujući dio ovog Javnog poziva.

Javni poziv i pripadajući dokumenti objavljeni su na hrvatskom jeziku, a engleska verzija služi u svrhu lakšeg i jednostavnijeg informiranja inozemnih partnera.

Pitanja se postavljaju isključivo putem elektroničke pošte na adresu oginfo@htz.hr najkasnije do **30.08.2016.**

Odgovori na postavljena pitanja bit će javno objavljeni na Internet stranici HTZ-a, a sadržaj odgovora obvezujući je za sve subjekte koji se kandidiraju.

X. Adrese turističkih zajednica obalnih županija (za model I-a, I-c, I-d, I-e):

- 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, Šipčine 2, 20000 Dubrovnik
- Turistička zajednica grada Zagreba, Kaptol 5, 10000 Zagreb

XI. Adrese turističkih zajednica kontinentalnih županija (za model III-a i III-b):

- 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, Magistratska 3, 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, Trg Ljudevita Patačića 1, 33000 Virovitica
- Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije, Glagoljaška 27, 32100 Vinkovci
- Turistička zajednica Zagrebačke županije, Preradovićeva 42, 10000 Zagreb.