

OPĆA PITANJA

PITANJE

Lijepo Vas molim za informaciju da li je potrebno za novu prijavu ponovno predati Potvrdu nadležne porezne uprave da nemamo dug prema državi? Naime, taj dokument sam uzimala u dva primjerka (jer su nam objekti u dvoje županije), svaki primjerak košta 70,00 kn i predala ga kod prijave u rujnu. Da li ga moramo ponovno uzimati iz Porezne uprave ili može vrijediti ovaj iz rujna?

ODGOVOR

Potvrda porezne uprave koju ste pripremili u rujnu možete iskoristiti prilikom apliciranja na novo objavljeni Javni poziv.

PITANJE: kako je u kolovozu 2015.g. bio raspisan Javni poziv HTZ za dodjelu potpora za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama turističkog sektora u 2016.g. na koji je Agencija poslala cjelokupnu zahtijevanu dokumentaciju (konkretno Model V/2016.g., inačica 3) molim Vas odgovor da li je taj Javni poziv iz kolovoza poništen, te da li trebamo poslati NOVU aplikaciju po NOVOM javnom pozivu koji je objavljen na stranicama HTZ u listopadu 2015.g. ?

ODGOVOR: Javni poziv objavljen u kolovozu 2015. godine je poništen te se po novu objavljenom Javnom pozivu treba ponovo aplicirati. Potvrdu porezne uprave o stanju duga priznati ćemo iz prve kandidature koju ste poslali ukoliko ste ju priložili. Ukoliko niste molimo da na to obratite pozornost prilikom ponovnog apliciranja.

PITANJE: Da li se mogu prijaviti agencije koje imaju charter - najam plovila, te ako da pod koji model?

ODGOVOR: U modelu I-c i III-b mogu se javljati gospodarski subjekti koji prema Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj.

U modelu I-b mogu se javiti nacionalne strukovne udruge u turizmu među kojima i udruge u nautičkom turizmu.

U modelu I-d mogu se javiti TO/TA, organizator ili prijevoznik s posebnim programom za destinaciju. U ovom modelu TZ županija sukladno svojim strateškim razvojnim i marketinškim planovima destinacije samostalno utvrđuju vrste programa, kao i kriterije i mjerila za odabir partnera.

U modelu II mogu se javiti organizatori putovanja, koji ovisno o objavljenoj inačici modela, imaju programe s organiziranim dolaskom turista u avio aranžmanu ili autobusnom aranžmanu.

PITANJE: slijedom nastalog novog poziva za udruženo oglašavanje zanima me što se dešava s postojećim već odobrenim? Da li je i dalje važeće ili je potrebno ponovno slati na TZ grad, županijski i HTZ?

Također, ukoliko su neki vodiči za kampove već tiskani što se dešava s njima? Plaćamo ih u punom iznosu? Nadam se da ne.

ODGOVOR: Sve kandidature poslane na prijašnji javni poziv su nevažeće s obzirom da je cijeli Javni poziv poništen.

Kandidature koje ste ranije poslali turističkim zajednicama županija trebate s njima ponovno usuglasiti poštujući postavke novog Javnog poziva. Nakon razmatranja svih pristiglih kandidatura, TZŽ će svoj prijedlog poslati HTZ-u.

Što se tiče kamping vodiča, donesena je odluka da se iznimno od uvjeta propisanih Javnim pozivom za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2016. godini kao zajednički oglas u udruženom oglašavanju priznaju tiskani oglasi nositelja oglašavanja u turističkim vodičima za 2016. godinu koji sadrže znak hrvatskog turizma i koji su tiskani do dana početka ovog javnog poziva.

Navedeni tiskani oglasi priznat će se isključivo ako nositelj oglašavanja ispuni preostale uvjete propisane Javnim pozivom i to:

- da nositelj oglašavanja 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, te
- u slučaju oglašavanja na društvenim mrežama, istaknuti poveznicu na odgovarajući kanal HTZ-a na istovrsnoj društvenoj mreži.

PITANJE: Imamo pitanje vezano za Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora 2016. godine Naime, osmislili smo program za područje Slavonije po nazivu "Putevima graševine" program smo kandidirali na natječaj za razvoj DMK putem poziva za izbor potencijalnih kandidata za razvoj DMK te dodjelu potpora za programe razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda za tržište posebnih interesa u 2015. godini. Program je odobren u sklopu poziva od HTZ-a i dobili smo sredstva za razvoj programa. Nas konkretno zanima da li prethodno navedeni program "Putevima

graševine" možemo kandidirati i za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora 2016. godine iako program već ima potporu od HTZ-a za razvoj DMK.

ODGOVOR: Možete se kandidirati i za udruženo oglašavanje u 2016. godini.

PITANJE: u ime Klastera Termi, planiramo izvršiti prijavu na Javni poziv za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2016., Model Ib, pa Vas molimo za nekoliko informacija.

Prije svega, navedeno je da je rok za dostavu prijave 16.11.2016. Da li prijave trebaju stići na adresu HTZ-a do tog dana, ili će se priznati i prijave sa datumom otpreme 16.11.?

Također, u tekstu javnog poziva je navedeno da je potrebno dostaviti potvrdu Porezne uprave da nositelji smještajne ponude destinacije i domaći prijevoznik, TO/TA ili organizator nema dug prema državi. No, ne spominje se da potvrdu porezne uprave treba dostaviti i strukovna udruga, pa Vas molim za informaciju da li je potrebno, uz ispunjene obrasce, dostaviti i potvrdu od Porezne uprave?

Unaprijed zahvaljujem na odgovoru.

ODGOVOR: Preporučamo da datum primitka u HTZ bude 16.11., no priznat ćemo i one s datumom slanja 16.11. Što se tiče potvrde Porezne uprave, ukoliko je već imate, možete je priložiti, no nije obavezna.

PITANJE: kako će se dokazivati troškovi izrade i slanja newsletter-a ako se izrađuju od vlastitih dizajnera te se koristi vlastita postojeća baza podataka.

ODGOVOR: u tom slučaju partner mora kandidirati medija plan s komercijalnom vrijednosti jednog newsletter-a, odnosno komercijalnom vrijednosti oglasa na newsletter-u.

MODEL 1-a

PITANJE: Slijedom objavljenog novog Javnog poziva za udruženo oglašavanje Hrvatske turističke zajednice u 2016.g., ljubazno Vas molimo pojašnjenje za Model 1-a):

Primjer:

Prije promjene uvjeta i izgleda obrazaca za Udruženo oglašavanje, turističke zajednice otoka Korčule (TZ Grada Korčule, TZO Lumbarda, TZO Smokvica, TZO Blato i TZO Vela Luka)

usuglasile su sudjelovanje u zajedničkom on line oglašavanju destinacije: otoka Korčule.

Postoji suglasnost svih turističkih zajednica otoka, da nositelj prijave bude Turistička zajednica Grada Korčule, o pojedinačnim iznosima sufinanciranja svake turističke zajednice.

Uslijed promjena uvjeta za prijavu Udruženog oglašavanja, i promjene izgleda obrasca za prijavu (model 1.-a), molimo odgovore na pitanja:

1. Da li je moguće da jedna lokalna turistička zajednica (Turistička zajednica Grada Korčule u ime svih TZ-a otoka Korčule) uputi obrasce prijave TZŽ za Udruženo oglašavanje (model 1-a)?

2. Ako je moguće, koji se iznos unosi u Obrascu za podnošenje ponude 2.-Opće informacije o lokalnoj turističkoj zajednici, u retku: Udio lokalne TZ u kandidiranom medija planu u apsolutnom iznosu (sa i bez PDV-a)?

ODGOVOR: U Vašem slučaju, kada postoji suglasnost svih turističkih zajednica otoka da je nositelj Turistička zajednica Grada Korčule, u obrascu 2 vi kao TZ Grada Korčule ispunjavate obrazac i unosite kao udio u kandidiranom medija planu zbroj svih udjela lokalnih TZ za koje ste nositelj.

Međutim, ljubazno molimo da onda uz obrazac 2 priložite potpisanu i pečatom ovjerenu usuglašenu raspodjelu sredstava između svih lokalnih TZ za koje se javljate kao nositelj.

PITANJE: javljam se s pitanjem vezanim za novu odredbu u sklopu Javnog poziva za udruženo oglašavanje u promotivnim kampanjama javnog i privatnog sektora u 2016. godini. Naime, piše da u svim vrstama oglašavanja, osim na radiju, nositelj oglašavanja mora objaviti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži oglašavanje hrvatskog turizma odnosno vizualni materijal HTZ-a.

Konkretno, TZGZ je sredstva po modelu I-a mislio iskoristiti za promociju Adventa u Zagrebu, čiji vizual je obično kao ovaj koji šaljem u prilogu i na kojem je uključen i logotip HTZ-a, no ne koristi se vizualni materijal HTZ-a već TZGZ-a.

Je li to u redu ili ćemo morati tražiti posebna odobrenja i mijenjati vizual prema odluci HTZ-a?

Vjerujem da će i pitanja turoperatora i hotelijera koji prijavljuju kampanje po modeli I-c i I-d biti slične naravi.

Ranije se trebao uključiti samo logotip, a npr. hoteli već imaju većinom kreirane oglase s vizurama soba ili hotela općenito. Bojim se da će zbog toga biti poteškoća vezano za materijale budući da odredba za 1/3 prostora s

vizualnim materijalom HTZ-a znači da će svi morati mijenjati već postojeća grafička rješenja, a to uključuje dodatni trošak.

ODGOVOR: vizualni materijali HTZ-a koji će se moći koristiti za kreiranje oglasa/oglašavanje bit će uskoro dostupni, a odnose se na:

- logo u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- slogan u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- banneri – sve dimenzije, jezične varijante, aktivnosti koje imamo i koristimo
- tekst kojim treba završavati radio oglašavanje
- telop za TV oglašavanje, ostali materijal koji se može koristiti za promotivne filmove i spotove
- fotografije (foto galerija) koje se mogu koristiti u oglašavanju uključujući motive destinacija koje koristimo u svom oglašavanju i koji bi mogli biti dio našeg oglasnog prostora
- primjeri nama prihvatljivih oglasa za svaku vrstu oglašavanja koju tražimo

Korištenjem naših materijala automatski određujemo dio svog oglasa. U dostupnim vizualnim materijalima će biti i podaci o dimenzijama naših banneri koji se mogu koristiti na partnerovim landing/home page.

Na stranicama partnera obavezno se mora koristiti naš banner dok banner TZŽ partneri moraju dogovoriti s TZŽ.

Kod Facebook oglašavanja objavljeni oglas (na kojem se 1/3 prostora vidljivo odnosi na naše oglašavanje) može voditi na istovrsnu stranicu nositelja smještajne ponude. Na njegovoj FB stranici treba onda staviti poveznicu na FB stranicu HTZ-a (i TZŽ ako to želi). Ta poveznica bi trebala biti stalno vidljiva na vrhu.

PITANJE: Poštovani, zanima me slijedeće, dakle model I-a udruženo oglašavanje, trebam li kandidirati vrijednost media plana bruto (s PDV-om) ili neto (bez PDV-a)?

ODGOVOR: molimo Vas da u medija planu iskažete i neto i bruto iznose.

MODEL I-c

PITANJE: „Mi smo se odlučili da ćemo ove godine za udruženo kandidirati isključivo Google Adwords oglašavanje. Kandidaturu ćemo odraditi samostalno, bez agencije. Da li se nešto izmijenilo u odnosu na prošlu godinu što se tiče oglašavanja putem Adwordsa ili sve ostaje isto - osim što ćemo dodati banner 300x250 pxl na naš HP s vizualom koji će odrediti HTZ?

Pretpostavljam da se kod Adwordsa ne odnosi novo pravilo da 1/3 prostora sadrži vizual hrvatskog turizma pošto se kod Adwords oglašavanja nije moguće objaviti vizualne oglase.“

ODGOVOR: Google Adwords oglašavanje se prihvaća u Modelu I-c u okviru on-line oglašavanja.

Kao i prošlih godina ne podržava se SEO. 1/3 oglasnog prostora kod ključnih riječi nije moguća i ne odnosi se na ovaj vid oglašavanja.

Vizualni materijali HTZ-a koji će se moći koristiti za kreiranje oglasa/oglašavanje bit će uskoro dostupni, a odnose se na:

- logo u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- slogan u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- banneri – sve dimenzije, jezične varijante, aktivnosti koje imamo i koristimo
- tekst kojim treba završavati radio oglašavanje
- telop za TV oglašavanje, ostali materijal koji se može koristiti za promotivne filmove i spotove
- fotografije (foto galerija) koje se mogu koristiti u oglašavanju uključujući motive destinacija koje koristimo u svom oglašavanju i koji bi mogli biti dio našeg oglasnog prostora
- primjeri nama prihvatljivih oglasa za svaku vrstu oglašavanja koju tražimo

Korištenjem naših materijala automatski određujemo dio svog oglasa. U dostupnim vizualnim materijalima će biti i podaci o dimenzijama naših banneri koji se mogu koristiti na partnerovim landing/home page.

Na stranicama partnera obavezno se mora koristiti naš banner dok banner TZŽ partneri moraju dogovoriti s TZŽ.

Kod Facebook oglašavanja objavljeni oglas (na kojem se 1/3 prostora vidljivo odnosi na naše oglašavanje) može voditi na istovrsnu stranicu nositelja smještajne ponude. Na njegovoj FB stranici treba onda staviti poveznicu na FB stranicu HTZ-a (i TZŽ ako to želi). Ta poveznica bi trebala biti stalno vidljiva na vrhu.

PITANJE: vezano na izmjene i objave novog javnog poziva za udruženo oglašavanje 2016. a čiji je krajnji rok bio jučer, 02.11.2015. godine, ovim putem bih samo htjela napomenuti kako smo se u prvom roku na vrijeme prijavili za sljedeću godinu za ulazak u sustav udruženog oglašavanja u kojem smo od 2008. godine. Međutim kako je svima kraj godine

poslovno uzburkan i vezan za poslovne planove 2016., a zbog zdravstvenih problema dan ranije nisam bila na poslu, sutra dan jednostavno sam previdjela mail TZ županije kojeg su Vaše kolege uredno prosljedili 20.10.2015.

Ljubazno Vas molim ukoliko je moguće da nam odobrite dodatnu prijavu kako bi nastavili odličnu poslovnu suradnju na obostrano zadovoljstvo koja traje već godinama.

ODGOVOR: S obzirom na situaciju predlažem da svakako kontaktirate TZ Dubrovačko-neretvanske županije i u dogovoru s njima usuglasite produženje roka dostave dokumentacije.

TZ Dubrovačko-neretvanske županije sve svoje kandidature treba dostaviti GU HTZ-a do krajnjeg roka 16.11.2015.

MODEL I-d

PITANJE: U vezi ponovljenog natječaja za udruženo oglašavanje po modelu I-d- oglašavanje posebne ponude destinacije lijepo vas molimo odgovor na slijedeće:

- obrazac za podnošenje ponude 1. i 2. – ispunjava li turistička zajednica županije odnosno lokalna turistička zajednica navedene obrasce
- obrazac za podnošenje ponude 5.- Opće informacije o promotivnoj agenciji – možemo li kod oglašavanja na Internetu (Google i Facebook) paralelno koristiti usluge dviju promotivnih agencija ili samo jedne.

ODGOVOR: Ispunjavanje obrazaca 1. i 2. u Modelu I-d molim Vas dogovorite sa TZ županije i lokalnom TZ pošto se u obrascima traže njihovi podaci. Kako se u obrascima traže i podaci udjela županijskih i lokalnih TZ te podatke može ispuniti samo turistička zajednica. Ostale podatke možete ispuniti vi ili TZ ovisno o dogovoru s njima. Za oglašavanje koje namjeravate kandidirati možete koristiti i više agencija, u tom slučaju vas molim dostavu medija plana za svaku agenciju zasebno.

PITANJE: Molim pojašnjenje 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 %

Da li je moguće u okviru 50 % sredstava koje TZŽ treba raspodijeliti na druge subjekte uključiti i samog realizatora promotivne kampanje(TO / TA , ORGANIZATORA PUTOVANJA) , kako smo do sada udjele uvijek regulirali aneksom ugovora.

ODGOVOR: U modelu I-d 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 % i odnosi se na sustav turističkih zajednica i druge subjekte u destinaciji koji podržavaju kandidiranog partnera sa svojim sredstvima. Sam partner koji se kandidira, odnosno kojeg kandidira turistička zajednica županije **ne uključuje** i samog partnera čiji program se kandidira za oglašavanje.

PITANJE: 1. could you please specify what do you mean under the coastal counties? 2. Regarding the room nights and pax in 2014, it is necessary to prove this with a certificate of every hotel partner? I know that the deadline for model Id is today, but please can we send you our application by tomorrow morning? Due to illness, we were not able to work something out earlier.

ODGOVOR: Coastal counties are all Croatian counties on the Adriatic Sea. You provide all the information concerning 2014, 2015 and 2016. . For possible extension of deadline which expires today, please contact county tourist board which supports your candidacy for model I-d in the first place.

MODEL II-a

PITANJE: Can you please tell how to properly fill out a sheet 3 in the form II-a/2016? What means the option "beds"? How to find them? I, unfortunately, not the sales manager and i does not understand all the nuances.

ODGOVOR: On sheet 3 *number of booked beds* means number of leased beds according to the contracts you had/have with each hotel.

PITANJE: Turoperator bi trebali poslati fakture u obrocima, pa ih zanima do kada moraju poslati fakturu za izvršeno oglašavanje za npr. period od siječnja – lipnja? Ukoliko se odluce na slanje newslettera emailom, da li na 1/3 nveslettera mora biti nas oglas ili je dovoljno staviti link koji vodi na nasu stranicu?

ODGOVOR: sukladno Javnom pozivu – Opći uvjeti, fakture će se morati slati kako slijedi:

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.

Slijedom gore navedenog, partneri će morati prema danim obrocima dostaviti poziv na plaćanje s cjelokupnom traženom dokaznom dokumentacijom. Preporuča se stoga da svaki partner vodi brigu o prikupljanju sve potrebne dokumentacije u tijeku realizacije medija plana kako pri kraju pojedinog razdoblja ne bi imao problema s naknadnim prikupljanjem svih potrebnih dokaznica.

Što se newsletter-a tiče, isti se smatra kao oglasna površina na kojoj mora biti 1/3 oglas HTZ-a. Link na njihovu stranicu nije dovoljan.

PITANJE: In accordance with a new requirements for Public tender we need to provide you with the Certificate of the competent Tax Authority that the national TO/TA or the organizer does not have debts towards the State.

We made a request to Tax Authority, but unfortunately, we still have no answer and have no ideas when could we have such a document. We are ready with all the forms, but need to wait for this Certificate. Unfortunately, it is a very tight deadline to get it. Could you please give us an advice what should we do? Is it possible to send forms to Zagreb now without Certificate? Is it possible to send it later?

ODGOVOR: The certificate of the Tax Authority refers just to domestic partners registered in Croatia. For foreign partners it is necessary to fill in the Form „STATEMENT OF PAID DEBTS“

MODEL II-b

PITANJE: je li mogu sudjelovati samo te putničke agencije, koje rade okružna putovanja? šta spada pod termin „kontinent“ – je li to vrijedi na kontinent ili ina otočje.

ODGOVOR: u Modelu II svi se programi koji se mogu kandidirati odnose na organizirani paket aranžman s autobusnim ili avio dolaskom u Hrvatsku. Aranžmani s individualnim vlastitim dolaskom gosta nisu predviđeni u ovom modelu. Isto se odnosi na model III-c. U modelu I-d TZ županija odlučuju koji programi su za njih posebni programi destinacije.

Pod kontinentom se smatra kontinentalni dio Hrvatske, županije na kontinentalnom dijelu Hrvatske bez Grada Zagreba.

PITANJE: We are ready to send the application and wonder how many copies you want us to send. Is it enough with

- Two copies of the 6 page application for market leaders. We are the leading tour operator in Sweden for Nautical tourism in Croatia.
- Two copies of the General terms and conditions.

Do we need to sign the 8 page document called "PUBLIC CALL FOR JOINT ADVERTISING IN PROMOTIONAL CAMPAIGNS OF PUBLIC AND PRIVATE SECTORS IN 2016"

ODGOVOR: Please read carefully our public call for all the details and fill in the forms with all required information. Based on your candidacy, we will be able to evaluate your program and media plan.

PITANJE: što to znači zapravo - booked beds - to su noćenja? Jer to je bilo prije na njemačkom - Anzahl von Betten i Anzahl Passagiere? Booked beds - noćenja ili kako zakup postelja - alotman?

ODGOVOR: booked beds je broj zakupljenih kreveta/postelja

PITANJE: Lijepo molimo, da nama savjetujete na koji način u našim katalogima predstavimo zahtjeve zbog uvjeta za udruženo oglašavanje 2016. Katalog JADRAN 2016 će izaći na 324 stranice. Od toga će biti 260 stranica ponuda HRVATSKA OBALA. Također vas molimo, da nama šaljete slogane za Radio oglašavanje - na slovenskom jeziku.

ODGOVOR: Što se tiče teksta za radio oglašavanje, našeg slogana i loga, te fotografija, one će biti dostupne kad se završi Javni poziv. U vezi vašeg kataloga, u njega bi trebalo staviti naš oglas čiju komercijalnu vrijednost biste trebali navesti u kandidaturi. Na temelju svega što dobijemo moći ćemo procijeniti i odobriti svoj udio u oglašavanju.

MODEL III-c

PITANJE: Molim odgovor na slijedeće pitanje vezano uz udruženo oglašavanje po modelu III c) – udruženo oglašavanje programa organiziranih putovanja na kontinent: prilikom oglašavanja u vlastitim prodajnim i

promotivnim kanalima, točnije na tiskanoj promotivnoj brošuri, tiskanom katalogu ili tiskanom programu, da li je dovoljna kao i do sada objava loga HTZ-a ili i na ovim promotivnim materijalima treba biti zajednički oglas na kojem najmanje 1/3 prostora sadrži vizuelni materijal HTZ-a. Molim za pojašnjenje pojmova zajednički oglas i vizuelni materijal HTZ-a.

ODGOVOR: Sami logotip HTZ-a sukladno ovom novom Javnom pozivu više nije dostatan. Vizualni materijali HTZ-a koji će se moći koristiti za kreiranje oglasa/oglašavanje bit će uskoro dostupni, a odnose se na:

- logo u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- slogan u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
- banneri – sve dimenzije, jezične varijante, aktivnosti koje imamo i koristimo
- tekst kojim treba završavati radio oglašavanje
- telop za TV oglašavanje, ostali materijal koji se može koristiti za promotivne filmove i spotove
- fotografije (foto galerija) koje se mogu koristiti u oglašavanju uključujući motive destinacija koje koristimo u svom oglašavanju i koji bi mogli biti dio našeg oglasnog prostora
- primjeri nama prihvatljivih oglasa za svaku vrstu oglašavanja koju tražimo

Korištenjem naših materijala automatski određujemo dio svog oglasa. U dostupnim vizualnim materijalima će biti i podaci o dimenzijama naših banneri koji se mogu koristiti na partnerovim landing/home page.

Na stranicama partnera obavezno se mora koristiti naš banner. Kod Facebook oglašavanja objavljeni oglas (na kojem se 1/3 prostora vidljivo odnosi na naše oglašavanje) može voditi na istovrsnu stranicu partnera.

Na njegovoj FB stranici treba onda staviti poveznicu na FB stranicu HTZ-a. Ta poveznica bi trebala biti stalno vidljiva na vrhu.

PITANJE:

- 1) **Obrazac za podnošenje ponude 1:** Što podrazumijevate pod „Udio organizatora putovanja u kandidiranom medija planu u apsolutnom iznosu (sa ili bez PDV-a)“?
- 2) **Medija plan:** Da li možemo Medija plan napraviti kao i u prethodnoj kandidaturi (javni natječaj u međuvremenu poništen), (Medija plan u privitku) ? Naime, u prethodnoj kandidaturi nismo ispunili obrazac već smo samo napravili aneks Medija plana. Tako smo postupili na osnovu savjeta vašeg djelatnika.
- 3) **Javni poziv, članak 3, točka 4c** (udruženo oglašavanje posebnih programa na kontinentu – nositelja programa organiziranih putovanja na kontinentu)
 - Možete li nam malo pojasniti tekst pod prvom i drugom crticom, a koji se odnosi na sudjelovanje HTZ-a i organizatora putovanja u udruženom oglašavanju. Što to znači da HTZ sudjeluje s maksimalno 70% usuglašenog i odobrenog medija plana, a organizator putovanja 30%?
 - Tekst u javnom pozivu: „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 materija HTZ-a“

Naime, naša agencija je do sada tiskala logo od HTZ-a na svakoj stranici svakog programa / aranžmana putovanja. Imali smo oko 65 realiziranih aranžmana do sada u 2015 (sve skupa, kopno, grad Zagreb, obala i inozemstvo), a poslanih ponuda preko 270 gdje je također jasno istaknut logo HTZ-a. Sve su ponude i programi tiskani u velikom broju primjeraka. Da li je to dovoljno? Do sada Nismo nikada zakupljivali medijski prostor. Dokaze o tome poslali smo Vam i u dokaznoj dokumentaciji za 2015. godinu.

 - Tekst u javnom pozivu: „na vlastitim internet stranicama (na „home page“ ili na „landing page“ stranici online kampanje) postaviti online oglase kojima se oglašava hrvatski turizam najmanje u formatu od 300 x 250, veličine 40 KB)“

Naime, naša agencija ima istaknuti logo HTZ-a na svojoj web stranici i to na svakom dijelu posebno (početna stranica, o nama, business ponuda, turistička ponuda, eventi...) Možete i sami pogledati na web stranici, a dokaze smo vam također i poslali u dokaznoj dokumentaciji (kvartalno) za 2015. godinu. <http://www.events.hr/>

 - U prijašnjim javnim pozivima bila je točno navedena obračunska jedinica HTZ-a za vrednovanje kandidiranog i realiziranog programa organiziranih putovanja na kontinentu (100 kn po putniku za programe s organiziranim prijevozom i jednim noćenjem, pa zatim 150 Kn... , pa 200 Kn, itd). Da li mi možete reći kolika je obračunska jedinica za ovaj javni poziv, odnosno koliki iznos novaca je planiran (možemo očekivati) u 2016. godini i koji su kriteriji (broj noćenja, broj putnika ...).

ODGOVOR:

- Udio organizatora putovanja na kontinentu u kandidiranom medija planu odnosi se na 30% vrijednosti kandidiranog medija plana s kojima prema stipulaciji javnog poziva u oglašavanju mora sudjelovati sam organizator putovanja
 - Medija plan molimo Vas napravite prema predlošku danom u dokumentaciji ili u svom vlastitom dokumentu s time da onda Vaš medija plan mora sadržavati sve informacije koje HTZ traži u svom predlošku medija plana
 - Medija plan koji kandidirate i koji se kasnije odobri HTZ će financirati sa 70% iznosa odobrenog medija plana a am organizator putovanja mora financirati preostalih 30%
 - vizualni materijali HTZ-a koji će se moći koristiti za kreiranje oglasa/oglašavanje bit će uskoro dostupni, a odnose se na:
 - logo u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
 - slogan u otvorenom formatu na svim jezicima koje imamo i koristimo
 - banneri – sve dimenzije, jezične varijante, aktivnosti koje imamo i koristimo
 - tekst kojim treba završavati radio oglašavanje
 - telop za TV oglašavanje, ostali materijal koji se može koristiti za promotivne filmove i spotove
 - fotografije (foto galerija) koje se mogu koristiti u oglašavanju uključujući motive destinacija/emocije koje koristimo u svom oglašavanju i koji bi mogli biti dio našeg oglasnog prostora
 - primjeri nama prihvatljivih oglasa za svaku vrstu oglašavanja koju tražimo
- Korištenjem naših materijala automatski određujemo dio svog oglasa. U dostupnim vizualnim materijalima će biti i podaci o dimenzijama naših banneri koji se mogu koristiti na partnerovim landing/home page.
- Na stranicama partnera obavezno se mora koristiti naš banner.
- Kod Facebook oglašavanja objavljeni oglas (na kojem se 1/3 prostora vidljivo odnosi na naše oglašavanje) može voditi na istovrsnu stranicu nositelja smještajne ponude. Na njegovoj FB stranici treba onda staviti poveznicu na FB stranicu HTZ-a. Ta poveznica bi trebala biti stalno vidljiva na vrhu.
- Za model III-c ukupno je planirano 1.900.000,00 kuna s uključenim PDV-om. Novi Javni poziv odnosi se na udruženo oglašavanje dok se prethodni Javni poziv odnosio na potporu. Kako se više ne radi o potporama nije dozvoljeno davati obračunske jedinice.

PITANJE: Could you please specify which cities are areas you mean?

ODGOVOR: Model III-c is intended for all organized travel programmes in continental areas. List of counties for model I and III is at the end of General terms and conditions