## VI. 3 Obrazec: PODATKI O PROJEKTU

**Javni razpis »Za sofinanciranje promocije slovenske turistične ponudbe na tujih trgih v letu 2020«**

Spodaj podpisani zakoniti zastopnik,

|  |  |
| --- | --- |
| **NAZIV PRIJAVITELJA** |  |

izjavljam, da so podatki o obstoječi dejavnosti podjetja prijavitelja resnični in ustrezajo dejanskemu stanju, podatki o načrtovanih aktivnostih projekta so del poslovne trženjske strategije prijavitelja in so skladni z namenom ter cilji tega javnega razpisa. Seznanjen sem z vsemi pogoji javnega razpisa in se zavedam, da bo STO v primeru nespoštovanja teh pogojev ravnal kot navedeno v točki I. 11. 3 Način financiranja razpisne dokumentacije.

**3.1 OSNOVNI PODATKI O PROJEKTU**

|  |  |
| --- | --- |
| **NAZIV PROJEKTA** |  |
| Namen projekta |  |
| Cilj projekta |  |
| Opis trenutnega stanja izvedbe aktivnosti prijavitelja in opis kako bi predvideno sofinanciranje projekta spodbujevalno vplivalo na poslovanje prijavitelja  *(opredelite aktivnosti ter izhodiščne in želene vrednosti/rezultate)* | *minimalno 800 znakov s presledki* |

* 1. **KOMUNIKACIJSKI NAČRT TRŽENJA**

Skladno z navedenim namenom in ciljem projekta ter pričakovanim učinkom projekta, za ta javni razpis prijavljamo naslednji medijski načrt turističnega produkta:

*Navodilo za izpolnjevanje tabel pod točko 3: v kolikor boste izvajali manj aktivnosti (npr. preko manjšega števila medijev ali manjše število promocijskih aktivnosti) zapišite v prazne, zeleno obarvane celice znak poševnice » / «. V kolikor boste izvedli več aktivnosti obrazec kopirajte ali ustrezno razširite vrstice.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MEDIJSKI NAČRT – 1** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_[[1]](#footnote-1)** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** |
| **Vrsta medija promocije** (ustrezno zapiši le eno vrsto medija iz spodnjega seznama): |  |  |
| * DIGITALNI MEDIJI * TISKOVINE * ZUNANJE OGLAŠEVANJE * TELEVIZIJA * RADIO |  |  |
| **Naziv medija promocije** (eden ali več): |  |  |
| MEDIJ 1: |  |  |
| MEDIJ 2: |  |  |
| MEDIJ 3: |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |
| **Podrobnejši seznam vrste oglaševanja** znotraj medija oz. marketinških produktov, ki jih medij ponuja[[2]](#footnote-2): |  |  |
| MEDIJ 1/vrsta oglaševanja 1: |  |  |
| MEDIJ 1/vrsta oglaševanja 2: |  |  |
| MEDIJ 1/vrsta oglaševanja 3: |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |
| MEDIJ 2/vrsta oglaševanja 1: |  |  |
| MEDIJ 2/vrsta oglaševanja 2: |  |  |
| MEDIJ 2/vrsta oglaševanja 3: |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |
| **MEDIJSKI NAČRT – 2** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** |
| **Opredelitev marketinških ciljev**  (navedite vsaj 3 merljive cilje v primerjavi z obstoječim izhodiščnim stanjem): |  |  |
| CILJ 1: |  |  |
| CILJ 2: |  |  |
| CILJ 3: |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |
| **Opredelitev ciljnih skupin, ki jih nagovarjate** |  |  |
| zahtevnejši t.i. High Value turist(DA/NE) |  |  |
| pari (DA/NE) |  |  |
| družine z otroki (DA/NE) |  |  |
| skupine turistov (DA/NE) |  |  |
| individualni gostje (DA/NE) |  |  |
| **Opredelitev ciljnih tujih trgov** (navedite naziv trga- velja za vse medije, ki ste jih navedli v prvem delu tabele) |  |  |
| **KLJUČNI TRGI:** *Italija, Avstrija, Nemčija, Združeno kraljestvo, Francija in Ruska feder.* |  |  |
| **RASTOČI PERSPEKTIVNI TRGI:** *Benelux, Švica, Danska in Finska, Madžarska, Poljska in Češka, Hrvaška in Srbija* |  |  |
| **ODDALJENI TRGI:** *ZDA, države skupine GCC, Izrael, Kitajska, Južna Koreja, Avstralija* |  |  |
| **NOV TUJI TRG na katerem prijavitelj nastopa prvič (med zgoraj navedenimi)**  *(v kolikor nastopate na tem trgu prvič zapišite naziv trga sicer označite celico s poševnico » /«):* |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **MEDIJSKI NAČRT – 3** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | |
| **Oglaševanje LinkedIn v vrednosti vsaj 20% celotnega medijskega zakupa projekta**  *(če ne boste investirali v medij vpišite v celico poševnico » / «)* |  | |  | |
| **Aktivnosti Lead Generation marketinga**  (opišite aktivnost in število obstoječih ter načrtovanih novih kontaktov v vaši bazi skladno z Uredbo GDPR)  *(če ne boste investirali v to aktivnost vpišite v celico poševnico » / «)* |  | |  | |
|  | **Izhodiščno št. kontaktov** | **Načrtovano št. kontaktov** | **Izhodiščno št. kontaktov** | **Načrtovano št. kontaktov** |
|  |  |  |  |  |
| **Aktivnosti vplivnostnega marketinga**  (opišite aktivnost)  *(če ne boste investirali v to aktivnost vpišite v celico poševnico » / «)* |  | |  | |
| **Opredelitev promocije trajnostno naravnanih turističnih produktov**  *(če ne boste investirali v to aktivnost vpišite v celice poševnico » / «)* |  | |  | |
| **Znak Slovenia Green ali drugi okoljski znak**  (vpišite naziv in leto pridobitve) |  | |  | |
| **Elementi trajnostne naravnosti promoviranega turističnega produkta**  (naštejte vsaj 3 vidne elemente) |  | |  | |

* 1. **TERMINSKI NAČRT PROJEKTA**

Skladno z navedenim namenom in ciljem projekta, za ta javni razpis prijavljamo naslednji terminski načrt promocije turističnega produkta:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TERMINSKI NAČRT** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | |
| **Opredelitev obdobje oglaševanja in nagovarjanja prihoda turistov, od - do** |  | |  | |
| (MM/LLLL, če je le 1 mesec navedite le tega) | **Obdobje oglaševanja 2020** | **Za turistično sezono** | **Obdobje oglaševanja 2020** | **Za turistično sezono** |
| MEDIJ 1: |  |  |  |  |
| MEDIJ 2: |  |  |  |  |
| MEDIJ 3: |  |  |  |  |
| MEDIJ 4: |  |  |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |  |  |

* 1. **FINANČNA KONSTRUKCIJA PROJEKTA**

Skladno z navedenim namenom in ciljem projekta, za ta javni razpis prijavljamo naslednjo finančno konstrukcijo:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **FINANČNA KONSTRUKCIJA** | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | | **Načrtovana promocijska aktivnost \_\_\_** | |
| **Opredelitev višine sredstev zaprošenega** |  | |  | |
| **sofinanciranja v evrih (00/100)[[3]](#footnote-3)** | **Znesek sofinanciranja** | **Vrednost aktivnosti brez DDV** | **Znesek sofinanciranja** | **Vrednost aktivnosti brez DDV** |
| **NEPOSREDNI UPRAVIČENI STROŠKI v €:** |  |  |  |  |
| **Stroški storitev zunanjih izvajalcev:** |  |  |  |  |
| **Medijski zakup za MEDIJ 1:** |  |  |  |  |
| **Medijski zakup za MEDIJ 2:** |  |  |  |  |
| **Medijski zakup za MEDIJ 3:** |  |  |  |  |
| **Medijski zakup za MEDIJ 4:** |  |  |  |  |
| *(po potrebi razširi vrstice) …* |  |  |  |  |
| **POSREDNI UPRAVIČENI STROŠKI (PAVŠAL) 5% v €:** |  |  |  |  |
| **SKUPAJ v €:** |  |  |  |  |

Izjavljamo, da bodo izdatki za investicijo v digitalne aktivnosti (stroški storitev zunanjih izvajalcev in medijski zakup) vsaj v deležu 40% neposrednih upravičenih stroškov.

Podatki posredovani na Obrazcu št. 3, ki se vežejo na merila ocenjevanja se morajo ob oddaji Zahtevka za izplačilo skupaj z vsemi pripadajočimi dokazili ujemati, sicer bo STO Zahtevek za izplačilo zavrnil.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kraj, datum: | Žig: | Ime in priimek zakonitega zastopnika: |
|  |  |  |
|  |  | Podpis: |
|  |  |  |

1. Vpišite zaporedno številko promocijske aktivnosti, npr. 1, 2, 3 …. [↑](#footnote-ref-1)
2. Na primer: v kolikor boste izvajali promocijo na digitalnih medijih, na platformi Google, zapišete vrsto oglaševanja: GDN, iskalni marketing, GSP ipd. [↑](#footnote-ref-2)
3. Skladno s točko I. 11. 2 Intenzivnost pomoči te razpisne dokumentacije velja, da znaša sofinanciranje do vključno 60 % vrednosti upravičenih stroškov projekta prijavitelja. Dodeljena sredstva za sofinanciranje projekta posameznega prijavitelja ne morejo biti nižja od 20.000,00 evrov brez DDV in ne višja od 50.000 evrov brez DDV. Pri tem upoštevajte tudi ostale določbe iz točke I. 11 Upravičeni stroški, intenzivnost pomoči in način financiranja. [↑](#footnote-ref-3)