



Hrvatska turistička zajednica, Iblerov trg 10/IV, 10000 Zagreb, OIB: 72501368180

objavljuje

**POZIV ZA ISKAZIVANJE INTERESA  
ZA PROVEDBU PROMOTIVNIH KAMPANJA  
SA STRATEŠKIM PARTNERIMA  
NA INOZEMNIM TRŽIŠTIMA U 2021. GODINI**

Zagreb, listopad 2020.

Hrvatska turistička zajednica (HTZ) kao nacionalna turistička organizacija, svojim promidžbenim aktivnostima želi podići svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utjecati na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, povećanje turističkog prometa i opće potrošnje.

U skladu s tim HTZ planira uspostaviti suradnju s partnerima iz turističke industrije, te aktivno promovirati hrvatsku turističku ponudu s ciljem privlačenja većeg broja gostiju po načelu ostvarenja opće koristi za sve nositelje ponude destinacije.

#### ➤ **Predmet suradnje**

Promotivna kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima (Austrija, Belgija, Češka, Francuska, Italija, Mađarska, Nizozemska, Njemačka, Poljska, Rusija, Skandinavija, Slovačka, Slovenija, Švicarska, UK) u 2021. godini.

#### ➤ **Mogući strateški partneri**

Organizatori putovanja (turoperatori i prijevoznici) sa svim oblicima organiziranih programa za Hrvatsku (u zračnom, željezničkom, autobusnom i brodskom prijevozu) koji uvode/pojačavaju svoje programe ili proširuju period programa u sljedećoj godini.

Suradnja s odabranim strateškim partnerom ima za cilj podići svijest o turističkom brendu Hrvatske na odabranom strateškom tržištu ciljajući potencijalne goste zajedničkim kampanjama vezanim uz partnerov program za Hrvatsku, te koristeći promotivne kanale, alate i iskustvo partnera u segmentu organiziranih turističkih putovanja.

#### ➤ **Uvjeti suradnje**

**Kobrendiranu kampanju u zakupu medija** (online, društvene mreže, tisak, plakatiranje, TV/radio itd.) provode strateški partneri uz podršku turističkih zajednica svih razina (HTZ-a, regionalnih i lokalnih turističkih zajednica) koje će sudjelovati u kampanji.

Turističke zajednice će po potrebi i mogućnostima strateškom partneru staviti na raspolaganje materijale za realizaciju dogovorenih aktivnosti (logo, foto/video materijale i sl.) koji se mogu koristiti za navedene kampanje uz prethodno odobrenje turističkih zajednica. Brendovi svih partnera u kampanji moraju biti jednako zastupljeni. U svim promotivnim aktivnostima obavezna je upotreba znaka hrvatskog turizma.

Sve odabrane aktivnosti moraju biti u skladu s komunikacijskim kampanjama HTZ-a na inozemnim tržištima. Turističke zajednice mogu prihvatiti samo dio ponuđenih aktivnosti i zatražiti potrebne promjene u skladu sa svojim marketinškim ciljevima, planovima i odobrenim sredstvima.

Nakon odobravanja plana aktivnosti strateški partner dužan je dostaviti na odobrenje turističkim zajednicama prijedlog svih kreativnih rješenja u najkraćem mogućem roku, a najkasnije 5 dana prije objave. Potrebno je omogućiti praćenje i evidentiranje rezultata svih aktivnosti.

U svim slučajevima mora biti vidljivo da se radi o zajedničkoj promotivnoj kampanji.

#### ➤ **Financiranje kampanje**

Financiranje zajedničkih promotivnih kampanja osigurava se iz zajedničkih sredstava svih partnera u projektu, na način da maksimalni mogući udio turističkih zajednica u zajedničkoj kampanji u zakupu medija može iznositi do 50% troškova.

### ➤ **Organizirani programi za Hrvatsku**

U svojoj prijavi strateški partner dužan je dostaviti komparativne podatke koji se odnose na realizaciju programa za Hrvatsku (realizaciju 2019., procjenu konačne realizacije 2020. i plan za 2021.).

Kod odabira strateških partnera vodit će se računa o kompatibilnosti partnerovog programa s osnovnim strateškim ciljevima HTZ-a, njegovoj poziciji na tržištu, otvorenosti za suradnjom, mogućnosti uspostavljanja korektnog partnerskog odnosa, te dostavljenom prijedlogu.

Sufinanciranje promotivne kampanje vezano je uz kandidirani program strateškog partnera za Hrvatsku na koji se odnosi i sadržaj zajedničkog oglašavanja. Strateški partner dužan je obavijestiti turističke zajednice o svim promjenama u programu ili marketinškom planu koji može utjecati na njihovu odluku o nastavku suradnje.

### ➤ **Isplata sredstava**

Uvjet za isplatu sredstava turističkih zajednica je dostava kompletne i odgovarajuće dokazne dokumentacije o realiziranom oglašavanju (fotodokumentacija o provedenom oglašavanju, računi dobavljača/dokazi o plaćanju predmetnih troškova i sl.), izvješća o postignutim rezultatima kampanje, te izvješće o postignutim rezultatima programa strateškog partnera za Hrvatsku.

Konačno izvješće o realiziranom oglašavanju mora biti dostavljeno najkasnije 30 dana po završetku kampanje, a izvješće o postignutim rezultatima programa najkasnije 30 dana od završetka programa za Hrvatsku koji je bio predmet suradnje.

HTZ zadržava pravo nadzora provedbe oglašavanja/programa, a međusobni odnosi bit će regulirani pojedinačnim ugovorom sa strateškim partnerom.

### ➤ **Dostavljanje prijava i prijedloga**

Zainteresirani strateški partneri svoje prijedloge za suradnju s pripadajućom dokumentacijom dostavljaju predstavništvu HTZ-a na predmetnom tržištu i glavnom uredu HTZ-a za ostala tržišta ovisno o programima i sjedištu strateškog partnera. Svi podaci iz prijave smatraju se povjerljivima i služe za evaluaciju prijava i suradnje.

Zainteresirani strateški partneri dužni su dostaviti **prijedlog za provedbu zajedničke kampanje u zakupu medija** na inozemnim tržištima i sve **podatke vezane za svoj program za Hrvatsku**.

Dostavljeni prijedlog suradnje mora sadržavati:

- **ispunjen media plan i program** za Hrvatsku prema priloženom obrascu;
- **prezentaciju prijedloga suradnje** (međusobnih udjela, strategije, ciljeva kampanje, ciljanih tržišta, ciljanih skupina, odabira medija/formata/termina oglašavanja, primjer oglasa/vizuala, rok za potvrdu odabira predložene aktivnosti - najranije u siječnju 2021., rok za izradu kreativnog rješenja koje priprema partner ili materijala koji dostavljaju turističke zajednice itd.);
- ukoliko strateški partner planira provesti ciljanu kampanju vezanu za program na određenu hrvatsku regiju/odredište (ili samo djelomično kao dio plana za oglašavanje ponude za cijelu Hrvatsku), dužan je u iznosu i u opisu aktivnosti to posebno specificirati (dostaviti media plan/specificirati u media planu aktivnosti koje se odnose upravo na promociju vezanu za program na tu konkretnu hrvatsku regiju/odredište)

kako bi u skladu s tim svoj interes i mogućnosti mogle iskazati ostale turističke zajednice i kako bi se planirao sadržaj kampanji;

- sve ostale podatke bitne za razumijevanje, evaluaciju i odabir prijedloga suradnje.

Uz prijedlog kampanje u zakupu medija strateški partneri mogu dostaviti i ponudu za oglašavanje destinacije u vlastitim kanalima, odnosno internim medijima s istim podacima i specifikacijama za odabir i pripremu oglašavanja (prezentaciju) koje će turističke zajednice dodatno razmotriti.

Prijave se mogu dostaviti isključivo na hrvatskom ili engleskom jeziku.

Posebno imenovano povjerenstvo vrednovat će sve pristigle prijave/prijedloge. Prilikom vrednovanja u obzir će se uzimati kvaliteta media planova, vrsta strateškog partnera (prijevoznik, turoperator), vrsta programa strateškog partnera uključujući programe posebnih interesa, period/sezona i obujam planiranih programa u Hrvatsku (broj rotacija, kapacitet sjedala) i sl.

#### ➤ **Donošenje odluke o odabiru strateškog partnera**

Nakon vrednovanja svih pristiglih prijava posebno imenovano povjerenstvo će na temelju prethodno navedenih elemenata predložiti Turističkom vijeću donošenje odluke o izboru strateških partnera za 2021. godinu temeljem ovog Poziva. Turističko vijeće HTZ-a će donijeti odluku o izboru strateških partnera nakon čega će HTZ s odabranim strateškim partnerima sklopiti ugovor o poslovnoj suradnji.

#### ➤ **Ostale odredbe**

HTZ neće surađivati sa strateškim partnerima koji ne podmiruju svoje obveze prema sustavu turističkih zajednica ili drugim hrvatskim subjektima, odnosno s kojima se nalaze u sporu ili koji, prema mišljenju HTZ-a, imaju neosnovana potraživanja po osnovi prošlih godina. U obzir će se uzeti i rezultati prethodne kampanje/programa. Ukoliko strateški partner prije i/ili nakon objave ove odluke ne izvrši sve svoje obveze po ugovorima za prethodna razdoblja, HTZ zadržava pravo smanjenja, odnosno neisplate sredstava dodijeljenih temeljem odluke za 2021. godinu dok se te prethodno preuzete obveze ne ispune.

Strateški partner jamči za točnost i vjerodostojnost svih podataka koje dostavlja u svojoj dokumentaciji za prijavu, te time ujedno potvrđuje da nema neplaćenih financijskih obveza temeljem sudskih presuda prema hrvatskim subjektima.

Turističke zajednice ni na koji način nisu dužne prihvatiti ponudu strateškog partnera. Dostavljanje prijedloga na ovaj Poziv ne podrazumijeva niti na bilo koji način prejudicira konačnu odluku o odabiru strateškog partnera u skladu sa strateškim ciljevima i ukupno raspoloživim budžetom za ove aktivnosti na svakom od tržišta.

HTZ i ostale turističke zajednice mogu provoditi promotivne aktivnosti s trećim stranama. Strateški partneri kojima se odobre sredstva u okviru provedbe ovog Poziva ne mogu sudjelovati u drugim pozivima vezanim za oglašavanje u suradnji s HTZ-om i drugim turističkim zajednicama koji se odnose na isti program.