

JAVNI POZIV ZA UDRUŽENO OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA U 2026. GODINI

Sukladno članku 46. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma NN 52/19 Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije objavljuje Javni poziv za provedbu udruženog oglašavanja sa subjektima javnog i privatnog sektora.

Javni poziv obuhvaća udruženo oglašavanje sa subjektima nositeljima ponude destinacije (članovima turističkih zajednica).

I. Opće odredbe

Udruženo oglašavanje obuhvaća oglašavanje ponude destinacije, promociju smještajne i ostalih oblika turističke ponude destinacije.

II. Udruženo oglašavanje ponude destinacije

Udruženo oglašavanje ponude destinacije u zakupu javnih medija obuhvaća oglašavanje smještajne i ostalih oblika ponude koja se provodi u suradnji s nositeljima smještajne ponude destinacije (gospodarskim subjektima koji sukladno Zakonu o ugostiteljskoj djelatnosti pružaju usluge smještaja u Hrvatskoj) i ostalim nositeljima ponude koja predstavlja motiv dodatnih dolazaka i noćenja u destinaciji, odnosno doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista, odnosno povećanju turističke potrošnje (prvenstveno gospodarskim subjektima koji pružaju usluge sukladno Zakonu o pružanju usluga u turizmu).

➤ **Udruženo oglašavanje u ovom modelu provode nositelji oglašavanja u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije kao koordinatorom i turističkim zajednicama općina/gradova, a međusobnim ugovorom propisat će se sva prava i obveze.**

• Nositelji oglašavanja mogu biti:

A. nositelji smještajne ponude – smještajni objekti,

B. turističke agencije i nositelji ostalih oblika turističke ponude destinacije.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije kao koordinator propisuje i primjenjuje kriterije za odabir partnera/kampanji. Svi podnositelji prijave, po mogućnosti prije slanja konačne prijave, trebaju usuglasiti moguće udjele sa sustavom turističkih zajednica i shodno tome dostaviti media plan i svu ostalu propisanu dokumentaciju, a u svakom slučaju u roku zadanom nakon odobrenja sredstava.

Odobrovanje sredstava za svakog nositelja oglašavanja treba uzeti u obzir njihov doprinos povećanju turističke potrošnje/dolazaka/noćenja u destinaciji, a prednost će imati oglašavanje ponude bitne za brendiranje destinacije i produženje sezone u skladu s kriterijima.

Svi podnositelji prijave dužni su u svojoj prijavi Turističkoj zajednici županije navesti kakvu vrstu usluga pružaju, zašto je ona bitna za brendiranje destinacije, na koji način predstavlja motiv dodatnih dolazaka/noćenja, kako doprinosi poboljšanju uvjeta dolaska i boravka turista u destinaciji i sl.

Turističke agencije i ostali nositelji ponude dužni su u prijavi dostaviti i sve podatke o ponudi/programu koji će biti predmet oglašavanja u 2026. (emitivna tržišta, tip programa - boravci, ture, posebni interesi, ciljane skupine gostiju i sl.) kao i ostale podatke na zahtjev turističke zajednice županije.

Isti su dužni pravovremeno obavijestiti turističke zajednice partnere o promjenama u realizaciji takvog planiranog programa, a u slučaju smanjenja oglašavanja turističke zajednice 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.

➤ **Media plan**

- U prijavi/media planu potrebno je specificirati aktivnosti i iznos sredstava
- Predmet oglašavanja mora biti vezan uz destinaciju i područje čije turističke zajednice će biti sudionici oglašavanja
- 60% oglašavanja mora se odnositi na oglašavanje na inozemnim tržištima, a 40% oglašavanja može se odnositi na oglašavanje na domaćem tržištu.

➤ **Propisani udjeli sudjelovanja:**

- sustav turističkih zajednica (TZ županije, općina i gradova) **maksimalno do 50%**,
- nositelj oglašavanja/ponude **minimalno 50%**.

III. Osnovni kriteriji

1. Za nositelje smještajne ponude u SDŽ - broj noćenja u predsezoni (do 01.06.) i posezoni (od 01.10.) 2025.
Za nositelje ostalih oblika turističke ponude u SDŽ, prvenstveno agencije koje imaju inovativne višednevne agencijske programe – ostvareni broj turista u predsezoni (do 01.06.) i posezoni (od 01.10.) 2025.
2. Za nositelje smještajne ponude SDŽ - udio u ukupno ostvarenim noćenjima u Splitsko-dalmatinskoj županiji u 2025. i udio noćenja pred i posezone u ukupnom broju noćenja nositelja smještajne ponude. Za nositelje ostalih oblika turističke ponude u SDŽ – ukupno ostvareni broj dolazaka turista u 2025.
3. Prednost će se dati onima s većim brojem/udjelom noćenja izvan glavne sezone
4. Prednost će se dati partneru koji ulaže u kvalitetu i usluge, te nudi posebnost smještajnog kapaciteta.
5. Inovativnost, destinacijski doživljaj i jedinstvenost ponude subjekta.
6. Marketinški efekti na destinaciju
7. Neće se prihvaćati oglašavanje u vlastitim kanalima poslovnih subjekata.
8. Neće se prihvaćati oglašavanje izletničkog programa, jednodnevnih i poludnevnih izleta kao ni oglašavanje posrednika u prodaji smještajnih kapaciteta (internet platformi i sl.) i posrednika u iznajmljivanju raznih prijevoznih sredstava i iznajmljivača prijevoznih sredstava.
9. TZSDŽ zadržava pravo odabira i prihvaćanja partnera u skladu sa strateškim razvojnim i marketinškim planom, važnost partnera za razvoja destinacije te vrijednosti ulaganja partnera u turistički razvoja destinacije i ulaganja u brendiranje destinacije.
10. Mogućnost odabira i manjih partnera (smještajne ili ostalih oblika ponude) ako zadovoljavaju uvjete (koje partneri dokazuju vjerodostojnim potvrdama i zjavama koje prilažu uz prijavu).
 - smještajni objekti do 50 soba ili kampovi do 66 smještajnih jedinica
 - partneri koji ostvaruju do 133.000 eura godišnje prometa prema podacima prethodne dvije godine

IV. Marketinške aktivnosti i način oglašavanja

➤ Media plan

Nositelj oglašavanja promotivnu kampanju može realizirati samostalno ili preko promotivne agencije nakon odobrenja media plana.

Turistička zajednica županije odobrava media planove za udruženo oglašavanje ponude destinacije.

Aktivnosti iz media plana trebaju biti usklađene sa Glavnim planom razvoja turizma SDŽ 2017.-2027. te ostalim strateškim dokumentima. Svaki nositelj oglašavanja treba uz prijavu priložiti samo jedan media plan.

Uz media plan treba dostaviti obrazloženje kampanje (strategiju, ciljeve, ciljane tržišta, ciljane skupine, odabir medija/formata/termina u odnosu na ciljane tržišta i ciljane skupine) te informacije o sadržaju planiranog oglašavanja (opće oglašavanje, oglašavanje posebne ponude/događanja - specificirati, oglašavanje nekog od od selektivnih oblika turizma/proizvoda – specificirati i sl.).

Svi troškovi navedeni u media planu odnose se na stvarno plaćene neto prihvatljive troškove dobavljačima prema ispostavljenim fakturama, a koje nositelj oglašavanja prilaže kao dio dokaza o plaćenom realiziranom oglašavanju.

➤ Marketinške aktivnosti u zakupu prihvatljive za udruženo oglašavanje:

- oglašavanje u tiskanim medijima,
 - oglašavanje na televiziji i radiju,
 - vanjsko oglašavanje (plakati, displeji na javnim prostorima i javnom prijevozu),
 - online oglašavanje
 - oglašavanje na društvenim mrežama (plaćeni oglasi plasirani preko Ads Manager sustava za potrebe svoje promocije).
-
- ✓ **Svi sudionici udruženog oglašavanja dužni su na vlastitim internetskim stranicama postaviti online oglas kojim se oglašava turizam Splitsko-dalmatinske županije najmanje u formatu od 300x250, težine 40 KB (banner TZSDŽ povezan s web stranicom TZSDŽ).**
 - ✓ **U svim vrstama oglašavanja nositelj oglašavanja mora objaviti zajednički oglas na kojem najmanje trećina prostora sadrži oglašavanje destinacije.**
 - ✓ **Svi sudionici dužni su na oglasu istaknuti logotip turističkih zajednica kao i logotip HTZ-a.**
 - ✓ kod oglašavanja na društvenim mrežama navesti i hashtag #Central Dalmatia, te hashtag lokalnih TZ koje sudjeluju u Udruženom oglašavanju
 - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u svim vrstama oglašavanja objaviti oglas iz kojeg će biti razvidno da se radi o udruženom oglašavanju s turističkim zajednicama kao partnerima.
 - ✓ Nositelj oglašavanja dužan je u dogovoru s TZ županije prije pokretanja oglašavanja pripremiti prijedlog oglasa i dobiti odobrenje za njegovu objavu te je odgovoran za poštivanje autorskih prava u korištenju materijala za oglašavanje.
 - ✓ TZ županije može zatražiti dodatnu prilagodbu i izmjenu media planova u cilju lakše i brže provedbe projekta i isplate sredstava, te dati dodatne upute za pripremu i sadržaj oglašavanja.
 - ✓ Sve kampanje moraju završiti najkasnije do 30. studenog osim u slučaju drugačijeg dogovora.

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 nevjerodostojnim podacima,
- 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 potkrijepljene odgovarajućim računima. Isto ne uključuje troškove posredovanja marketinških agencija koje snose nositelji oglašavanja, troškove drugih vrsta kao što su npr. troškovi izrade web stranica i aplikacija, troškovi dodatnih usluga pripreme oglasa, troškovi nastupa na sajmovima i prezentacijama, troškovi redovnih aktivnosti i slično, te troškove koji su obuhvaćeni drugim ugovorima s HTZ-om i ostalim turističkim zajednicama.

VII. Ugovorne obveze i ostali uvjeti

➤ Ugovorne obveze

Isplata sredstava vrši se nakon realizacije ugovorenog oglašavanja. Nositelj oglašavanja uz zahtjev za isplatu sredstava mora dostaviti potpunu, urednu i složenu dokaznu dokumentaciju koju, između ostalog, čine:

- potpisani ugovor s odobrenim media planom,
- obračun realiziranog media plana i specifikaciju svih dostavljenih priloga u skladu s dostavljenim obračunom i odobrenim media planom,
- dokaznu dokumentaciju o realizaciji oglašavanja za sve vrste medija (tisak, plakatiranje, TV i radio, online oglašavanje) u skladu s propisanom dokumentacijom za sve vrste medija,
- račune dobavljača za sve troškove po stavkama realiziranog media plana,
- dokaze o plaćanju oglašavanja za koje se traži isplata udjela partnera,

Zahtjeve za isplatu sredstava za realizirano oglašavanje nositelji oglašavanja dužni su ispostaviti po završetku oglašavanja. Ugovorom između turističke zajednice županije i nositelja oglašavanja detaljnije će se propisati sva prava i obveze.

Turističke zajednice sudionici 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 u roku potpunu, urednu i složenu dokaznu dokumentaciju propisanu ovim Javnim pozivom i sklopljenim ugovorom.

VIII. Dokumentacija za prijavu i rokovi prijave

➤ Podaci za prijavu

U potpisanoj i ovjerenj prijavu moraju biti vidljivi svi uneseni podaci. Podaci moraju biti potpuni i točni jer se koriste u daljnjim fazama odobravanja i pripreme udruženog oglašavanja te ih potpisuje ovlaštena osoba navedena u Prijavi.

Sve ispunjene Excel obrasce prijave potrebno je dostaviti u elektroničkom obliku, a list Prijava ispunjen i ovjeren/potpisan dodatno skeniran .

Sve turističke zajednice koje sudjeluju u oglašavanju s nositeljem oglašavanja (podnositeljem prijave) svoje sudjelovanje u udruženom oglašavanju u 2026. godini potvrđuju dodatnom izjavom koju nositelj oglašavanja obavezno prilaže uz prijavu - izjava treba sadržavati nositelja oglašavanja i iznos participacije turističke zajednice koji odgovara udjelu navedenom na obrascu Prijava.

➤ Ostali podaci

Uz Excel obrasce prijave potrebno je dostaviti i svu ostalu pripadajuću dokumentaciju i podatke navedene Javnim pozivom koji se tiču:

- predloženih kampanji (media planova) - strategiju i ciljeve kampanje, ciljana tržišta, ciljne skupine, odabir medija/formata/termina u odnosu na ciljana tržišta i ciljane skupine, te za svaku stavku planirani sadržaj oglašavanja/proizvod (opće oglašavanje, oglašavanje posebne ponude/događanja - specificirati, oglašavanje nekog od od selektivnih oblika turizma/proizvoda - specificirati i sl.).
- ponude/programa koji su predmet oglašavanja,
- ispunjenja osnovnih i dodatnih kriterija.

Svi obrasci za prijavu nalaze se u prilogu ovog Javnog poziva i dostavljaju se ovjereni u skladu s uputama u elektroničkom obliku s ostalom propisanom dokumentacijom na e-mail: info@dalmatia.hr zaključno do 13.03.2026.

Uz ispunjene obrasce potrebno je dostaviti i sve ostale tražene podatke i **potvrdu nadležne Porezne uprave da nositelj oglašavanja nema duga prema državi (potvrda ne smije biti starija od 30 dana od datuma slanja prijave).**

IX. Ostale odredbe

a) Turističke zajednice neće sudjelovati u programima udruženog oglašavanja koji uključuju subjekte koji ne podmiruju obveze po osnovi turističke pristojbe, turističke članarine te ostale financijske obveze prema HTZ-u ili ostalim turističkim zajednicama.

b) Kandidature se razmatraju prema redoslijedu prispjeha, a mogu se odobravati do ukupno raspoloživih sredstava.

c) Partneri pod punom odgovornošću jamče za točnost i vjerodostojnost svih podataka koje dostavljaju u svojoj prijavnoj dokumentaciji i dokumentaciji o realizaciji oglašavanja i programa.

d) Partneri prijavom na ovaj Javni poziv prihvaćaju navedene uvjete i time izjavljuju da nema prepreka za provođenje oglašavanja na propisani način.

e) TZSDŽ će svim potencijalnim partnerima za udruženo oglašavanje staviti na raspolaganje upute i materijale koji se mogu koristiti isključivo za udruženo oglašavanje u skladu s ovim Javnim pozivom uz pridržavanje svih uvjeta korištenja. Materijali se mogu koristiti i prije objave odluke ukoliko partner želi ranije krenuti u promotivnu kampanju, no TZSDŽ i ostale turističke zajednice time ni na koji način ne preuzimaju 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.

f) TZSDŽ 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, TZ zadržavaju pravo smanjenja, odnosno neisplate sredstava dodijeljenih temeljem odluke za 2026. godinu dok se te prethodno preuzete obveze ne ispune.

h) TZSDŽ zadržava pravo uključivanja mjerodavnih državnih institucija za provjeru dostavljenih podataka o realizaciji obujma oglašavanja i programa (inspekcija/revizija).

i) Troškovi priznati po jednom ugovoru ne mogu biti priznati u realizaciji drugih ugovora s TZSDŽ i ostalim turističkim zajednicama. Svi podnositelji prijave i nositelji oglašavanja kojima će biti odobrena sredstva za udruženo oglašavanje u 2026. godini prijavom i kasnijom realizacijom potvrđuju da nema i neće biti dvostrukog financiranja istih troškova.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije zadržava pravo u svakom trenutku stavljanja ovog Javnog poziva van snage u slučaju izvanrednih i nepredviđenih okolnosti.