

VEJLEDNING I ANSØGNING OM MIDLER FRA FOMARS 2018.

Godkendt af Fomars bestyrelse den 29.9.2017.

Hvem kan søge om markedsføringstilskud?

Alle, der ønsker at fremme foreningens formål – og er medlem af Fomars – Foreningen til markedsføring af ferieturismen i Syddanmark - kan søge om tilskud.

Betingelser, der skal være opfyldt for at søge om tilskud.

1. Der skal være tale om international markedsføring målrettet enten Børnefamilieturismen eller Det Gode Liv i Syddanmark, og primært i nærmarkederne Tyskland, Sverige, Norge og Holland - se prioritering nedenfor.
2. Kampagnen skal være på min. 500.000 kr. pr. marked.
3. Der skal stå mindst 3 ansvarlige partnere bag hver kampagne. Her er tænkt private og offentlige partnere, eller kun private partnere, ikke offentlige partnere alene.
4. Der kan kun søges støtte til anvendelse på den ikke-kommercielle del af kampagnen – dvs. til generel destinationsmarkedsføring og udvikling af samme – og ikke til produktmarkedsføring, eller markedsføring af en enkelt virksomhed.
5. Der kan max. opnås 25 % af det samlede godkendte projektbudget i støtte, dog max. beløbet svarende til ikke-kommerciel markedsføring.
6. Den langsigtede effekt af en kampagne skal min. svare til 25.000 påvirkede overnatninger i destinationen/området som markedsføres, beregnet efter VDKs effektmodel (se ansøgningskemaet). Tilsvarende benyttes VDKs model til at beregne både den kortsigtede og den langsigtede effekt i øvrigt.
7. Ansøgningen indsendes på det autoriserede ansøgningskema med tilhørende budget. Bemærk, at det tydeligt skal fremstå, hvilke finansieringskilder der benyttes.



8. Ansøger gennemfører selv sine kampagner, og al administration forbundet hermed. Fomars sekretariatet kan bruges som rådgiver.
9. Ansøger og partnere overholder de vedtagne retningslinjer, som er beskrevet nedenfor, i ansøgningsskemaet samt i tilsagnsskrivelsen fra Fomars.

Ved behov for prioritering af ansøgninger.

Ved behov for prioritering af ansøgere, vil Fomars bestyrelse anvende denne fremgangsmåde i prioriteret rækkefølge:

- Markedsføring i Tyskland, Norge, Sverige og Holland prioriteres højest
- Herefter andre lande, som ligger indenfor den nationale strategi – dvs. England, Frankrig, Italien, Kina og USA
- Herefter andre lande.
- Det betyder, at ansøgerne til andre lande vil glide ud først, herefter andre lande i national strategi end de 4 nævnte nabolande.
- Hvis der herefter fortsat er behov for en prioritering, vil der ske en % vis nedsættelse af alle ansøgere, indtil støttebeløbet kan dække ansøgningerne.



Retningslinjer, der skal følges.

1. Ansøgningen

- 1.1. Alle ansøgere skal underskrive ansøgningen, og udfylde partnererklæring sammen med ansøgningen.
- 1.2. Alle partnere skal være medlem af Fomars.
- 1.3. Virksomheder og kommuner, der indskyder direkte i årets markedsføringskampagner med min. 100.000 kr. skal være medlemmer af Fomars, selv om de ikke er direkte ansøgningspartnere.
- 1.4. Med underskriften forpligter ansøger og partnere sig til at overholde de i ansøgningsskemaet beskrevne betingelser og forpligtelser, samt Fomars administrative vejledning.
- 1.5. Såfremt forudsætningerne i forhold til den godkendte ansøgning ikke er opfyldt, er den ansvarlige ansøger forpligtet til at betale tilskuddet tilbagebage til Fomars/Vækstforum.

2. Budget

- 2.1. Med ansøgningen indsendes budget med budgetforklaringer/noter, opgjort så det tydeligt fremgår, hvilke aktiviteter der er kommercielle og hvilke, der er ikke-kommercielle. Desuden skal projektrelevante udviklingsaktiviteter fremgå særskilt.
- 2.2. Det skal tydeligt fremgå af budgettet, hvilke finansieringskilder, der benyttes og med hvor meget.
Der skelnes mellem følgende kilder
 - Private virksomheder
 - Kommuner og anden offentlig finansiering (eks. Dansk Kyst og natur, VisitDenmark eller off. finansierede institutioner)
 - Destinationsselskaber (angiv evt. privat andel af selskabets indskud)
 - Fomars
- 2.3. Administration kan indgå med max. 10 % af det samlede kampagnebudget incl. egne timer. (med adm. menes projektrelevant løn, eks. koordinering, andre adm. udgifter som møder, rejser, fortæring, økonomi, regnskab og fremmed bistand til adm. herunder revision.)
- 2.3. Egne timer kan indgå i budgettet både i forhold til administration og evt. projektrelevant markedsføringsudvikling. Det kræver dokumentation i form af timesedler for udført arbejde og dokumenteret timepris)



- 2.4. Markedsføringsudvikling kan indgå i budgettet i mange former, herunder anvendelse af fremmed bistand. Opfølgning på kampagner og effektmåling kan også opføres her. Såfremt udviklingsopgaver udføres in-house, altså for egne midler/timer, skal det fremgå, hvilken projektrelevant opgave der udføres. Det kan f.eks. være udarbejdelse af markedsføringsmateriale, herunder på digitale medier og PR (presseture osv.), samt at der er tale om egne timer (skal dokumenteres med timesedler).

- 2.5. Efter tilsagn fra Fomars er budgettet bindende for ansøger.

3. Projektgennemførelse og afvigelser

- 3.1. Ansøger skal, når materialet foreligger, indsende en kort redegørelse om projektstatus til Fomars, vedhæftet årets kampagnemateriale markeret med, hvad der er kommercielt, og hvad der er ikke-kommercielt. Der kan også afholdes møde med Fomars i stedet.
- 3.2. Ansøger er forpligtet til, såfremt der opstår afvigelser fra de i ansøgningen beskrevne aktiviteter og budgetforudsætninger, straks at underrette Fomars herom skriftligt, og søge om tilladelse til evt. ændringer.
- 3.3. Ansøger skal overholde gældende udbudslovgivning, herunder tilbudsloven og krav til offentlig annoncering af tilbud på opgaver over 500.000 kr. Mere kan ses på www.udbudsportalen.dk og www.fomars.dk

4. Regnskab og udbetaling af tilskud

- 4.1. Der skal aflægges revideret projektregnskab med regnskabsrapport senest den 31.1. efter kampagneåret. Der skal være tale om ekstern revisorerklæring af min. registreret revisor.
- 4.2. Regnskab skal aflægges i forhold til ansøgningsbudgettet og dokumentere de afholdte udgifter og samlede finansiering, opgjort efter de enkelte finansieringskilder og finansieringen af den kommercielle del af kampagnen. (se pkt. 2.2.). Rapporten skal redegøre for, hvad der er foregået, og hvilke resultater, der er opnået, opgjort efter VDKs model. Sluttelig skal der indsendes endelig opgørelse over den kommercielle og den ikke-kommercielle del af det anvendte kampagnemateriale sammen med regnskabsrapporten, som dokumentation for, at omkostningerne svarer til det indsendte regnskab. Slutrapport og revisionsinstruks findes på www.fomars.dk



- 4.3. Udbetaling af den tildelte støtte kan foregå, når Fomars bestyrelse har godkendt de indsendte reviderede regnskaber med årsrapporter og videresendt dem til Vækstforums godkendelse. Det sker typisk i maj/juni efter kampagneåret. Kampagneregnskaberne indgår også i Fomars samlede årsrapport til Vækstforum, som indsendes efter generalforsamlingen i april måned.
- 4.4. Da der kan være behov for at foretage stikprøvekontrol af regnskaber og bilag, samt timesedler, som er afleveret til Fomars, har ansøger ansvar for, at opbevare alle dokumenter og bilag forsvarligt i mindst 5 år efter gennemførte kampagner.

5. Fomars opgaver

- 5.1. Regnskab og projektrapport fra de støttede projekter med bilag indgår i Fomars endelige projekt regnskab og evalueringsrapport for støtteåret til Vækstforum. Fomars har ansvaret for at udføre denne opgave.
- 5.2. Fomars sikrer kommunikation med Vækstforum, herunder leverer de nødvendige opfølgingsrapporter på baggrund af de indsendte informationer fra projekterne.
- 5.3. Fomars kommunikerer om og offentliggør, hvilke projekter, der opnår tilskud samt projektets resultater bl.a. på foreningens hjemmeside. Ansøger er indforstået med denne offentliggørelse og i øvrigt offentlighed omkring tilskudsgivning og projektgennemførelse.

Revideret den 29.9.2017.

