

# Vejledning om kommerciel og ikke-kommerciel markedsføring

- Fomars tilskud må kun anvendes til den del af markedsføringen, som er ikke-kommerciel.
- Det gælder også for andre offentlige markedsføringsmidler eks. fra kommuner, VisitDenmark eller Dansk Kyst og Natur.
- Dvs. til generel markedsføring af Regionen og destinationen og dens tilbud og oplevelser - ikke til markedsføring af private virksomheder eller produkter.



# Vejledning om kommerciel og ikke kommerciel markedsføring

- Der må gerne samarbejdes mellem offentlige og private virksomheder om markedsføringen.
- Der, hvor der er tale om markedsføring af en privat virksomhed eller deres produkter, skal det kunne påvises, at den private virksomhed selv har betalt for egen del af markedsføringen, som også kaldes kommerciel markedsføring. ( Her henvises til EU's statsstøttere regler, som ikke må overtrædes)



# Eksempler

## Ikke-kommerciel

Idegenerering  
Konceptudvikling for fælles kampagner

Image markedsføring - mere end tre partnere samt  
budskaber for regionen og destinationen  
Kan dække både udgifter til udvikling og indrykning

Udvikling af digitale løsninger, CMS,  
konkurrencemoduler  
Generiske adwords der genererer  
trafik

Udvikling af sider, der støtter Regionen og  
destinationen. Regionens og destinationens andel af  
omkostninger ( 2 sider af 10 = 20%)

Konceptudvikling. Deltagelse med promovning af  
Regionen og branding af destinationen.  
Pressehåndtering i forbindelse med besøg i regionen og  
destinationen.

Analyser og kampagneevaluering, hvor resultatet er  
offentligt tilgængeligt.

## Projektaktiviteter Eksempler

Konceptudvikling

Massemedier ( TV og annoncer)

Web, sociale medier

Kataloger, Tryk

Messe/events/PR

Analyse og evaluering

## Kommerciel

Idegenerering til taktiske budskaber for en enkelt eller  
flere private aktører

Produktmarkedsføring - konkrete tilbud på adgang eller  
overnatning  
Dækker udgifter både til udvikling og til indrykning

Udvikling af materialer med konkret tilbud for en enkelt  
aktør

Udvikling af sider med produkttilbud  
Andel af tryk og distributionsomkostninger som er  
produktspecifikt

Direkte salg

Analyser og kampagneevaluering, hvor resultaterne er  
fortrolige og ikke offentligt tilgængelige.

