# Ansøgning om støtte fra Forening til Foreningen til markedsføring af ferieturismen i Region Syddanmark –

# FOMARS – **2020.**

|  |
| --- |
| Information om ansøger |
|  |
| **Projektnavn (navne)** |  |
| **Segment.** |  |
| **Projektperiode** |  |
| **Ansøgers hjemsted** |  |
| **Ansøgt beløb ved FOMARS (max 23,5 % af projektbeløb)** |  |
| **Samlet projektbeløb** |  |

|  |
| --- |
| Ansvarlig ansøger for markedsføringsprojektet |
|  |
| **Firma/Organisation** |  |
| **Navn** |  |
| **Adresse** |  |
| **Postnr. & by** |  |
| **Telefon** |  |
| **E-Mail adresse** |  |
| **CVR nummer**  |  |

|  |
| --- |
| Formål |
| **Kort beskrivelse af projektets formål** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Ansvarlige partnere I markedsføringsprojektet – Partnererklæringer vedlægges. – MIN. 3 partnere |
| **Navn** | **Adresse** | **Kategori** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **I forbindelse med de enkelte kampagner vil der blive samarbejdet med VisitDenmark samt inddraget udenlandske tour operatører i projektet.** **Disse er:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Navn** | **Adresse** | **Kategori ( P = Privat, O = offentlig, D: destination, S = selvejende)** |

 |
| Øvrige deltagere I projektet (vedlæg liste, eller indsend den inden endelig igangsættelse af projektet) |
| **Navn** | **Adresse** | **Kategori ( P = Privat, O = offentlig, D: destination, S = selvejende)** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |

|  |
| --- |
| Markeder |
| **Hvilke markeder er markedsføringen rettet imod?** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Projektbeskrivelse |
| **Definer projektets målgruppe, og hvad I forventer at få ud af det, herunder økonomisk og erhvervsmæssigt rationale. Desuden beskrives, hvordan projektet går ud over, hvad partnerne ville gennemføre uden støtte.** |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Budget og finansiering (min. budget pr marked er 500.000 kr.) |
| **Forventet budget og finansiering (inkl. opdeling i kommercielle/ikke-kommercielle aktiviteter) vedlægges.** **Budget opdeles som budgetskemaets hovedposter.****Bemærk: Der skal i detaljer redegøres for internt (in-house) arbejde, både som en del af administration og koordinering, og som en del af markedsudvikling/PR. Se vejledning om beskrivelse og loft over interne udgifter.****Finansiering opdeles tydeligt mellem** **a. Finansiering fra private aktører,** **b. Finansiering fra kommuner og anden offentlig finansiering (eks. Dansk Kyst og Natur, VisitDenmark el. Off. Finansierede institutioner),** **c. Finansiering fra Destinationsselskaber,** **d: Fomars** **Budgetskema findes på Fomars hjemmeside** [**www.fomars.dk**](http://www.fomars.dk) |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Effektkrav og effektmåling |
| **Effekten måles på:**1. **Kampagneeffekt i henhold til VisitDenmarks effektmodel for markedsføringskampagner.**
2. **Antal påvirkede overnatninger.**

**Fomars måles på effekter i forhold til hele Syddanmark under et.** **Desuden måles Fomars på gennemførte overnatninger i det samlede antal kampagnelandene i kampagneåret.****Angiv derfor den forventede effekt af jeres kampagner, som modellen beskriver, herunder antal påvirkede overnatninger.****Forventede resultater af kampagnen afleveres med ansøgningen.****Konkret opnået effekt afleveres sammen med slutrapport og revideret regnskab.** |
|  |

**VisitDenmarks model, eksempel anvendt for den samlede VDK investering i 2018 –**

**Beregnet med input fra Turistundersøgelsen 2017 og Turismens økonomiske betydning 2017**



**Formars forventer, at ansøger opfylder følgende effektkrav for egen destination pr anvendt 1 mio. kr. til markedsføringskampagne:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Kampagneeffekt**  |
| **Forventede påvirkede overnatninger (påv. Ank. \* gnsn. ophold).**  | **25000** |

Baggrundsberegninger for modellen kan rekvireres hos Fomars.

|  |
| --- |
| Projektforløb |

**Beskriv tids- og aktivitetsplan for markedsføringskampagnen/erne.**

**Efter udarbejdelse af markedsføringsmaterialet indsendes dette til Fomars med angivelse af, hvad der er kommerciel og ikke kommerciel. Gøres endeligt op og afleveres sammen med slutrapport/revideret regnskab.**

**Ansøger har ansvaret for, at der ikke anvendes støttemidler til kommerciel markedsføring eller privat produktmarkedsføring.**

**Beskriv her (evt. bilag):**

|  |
| --- |
| Underskrift (er indforstået med de gældende ansøgningsbetingelser) |
| **På vegne af** |
|  |
| **Navn (læseligt)** |  |
| **Underskrift** |  |
| **Dato** |  |

|  |
| --- |
| Betingelser for ansøgning |
| **Skal opfylde krav fra Vækstforums tilsagnsskrivelse af 10.01.2019 og Fomars administrative vejledning, som hentes på hjemmesiden.**De væsentligste krav oplistet i betingelserne er:* Ansøger og ansvarlige partnere skal være medlem af Fomars. Det samme skal partnere, som indskyder over 100.000 kr. i den konkrete kampagne.
* Der skal være tale om international markedsføring i primært nærmarkederne Tyskland, Sverige, Norge og Holland. Alternativt kan markedsføring i andre markeder godkendes, især indenfor den nationale turismestrategi (England, Frankrig, Italien, USA og Kina.)
* Kampagnen skal være på min. 500.000 kr. pr. marked.
* Der skal stå mindst 3 ansvarlige partnere bag hver kampagne. (private eller offentlige-private).
* Der kan kun søges støtte til den ikke-kommercielle del af kampagnen, dvs. til generelle markedsføringstiltag – og ikke til produktmarkedsføring, markedsføring af en konkret virksomhed, eller omkostninger, der normalt påhviler den enkelte virksomhed i forvejen. Vejledning kan ses på [www.Fomars.dk](http://www.Fomars.dk)
* Der kan max. opnås 23,5 % af det godkendte projekts samlede budget i støtte fra Fomars, dog max. beløbet svarende til ikke-kommerciel markedsføring.
* Kampagneeffekten skal minimum svare til 25.000 påvirkede overnatninger i området, der markedsføres (destination), beregnet efter VDKs model, som omtalt ovenfor.
* Bevilling gives på baggrund af indsendt ansøgning, budget og aktivitetsplan. Hvis projektet ændres undervejs, skal Fomars straks underrettes, og tilskuddet må forventes at blive ændret.
* Støttekroner/budget er excl. moms.
* Der aflægges slutrapport over projektets gennemførelse og revideret regnskab senest 31.1. efter kampagneåret, indeholdende særskilt oversigt over kommercielle og ikke-kommercielle omkostninger, og detaljeret dokumentation for finansiering.
* Projektets ikke-kommercielle aktiviteter skal indkøbes på markedsvilkår.
* Projektet skal overholde gældende udbudslovgivning, herunder tilbudsloven og krav til annoncering.
* Fomars administrative vejledning om dokumentation, loft over omkostninger til administration og interne markedsomkostninger, budget og regnskab skal overholdes.
* Såfremt forudsætningerne i forhold til den godkendte ansøgning ikke længere er opfyldt, er den ansvarlige ansøger forpligtet til at betale tilskuddet tilbage til Fomars.
* Projekttilskud kan udbetales, når Fomars og Erhvervsstyrelsen har godkendt indsendt revideret regnskab og projektrapport, typisk i maj/juni efter kampagneåret.
* Ansøger er indforstået med, at såvel ansøgning som kampagnemateriale og revideret regnskab er offentligt tilgængeligt.

 **Skal overholde gældende lovgivning, eks.*** **Udbudslovgivning: se** [www.udbudsportalen.dk](http://www.udbudsportalen.dk)

EU udbudsdirektiver* Krav om offentligt EU-udbud ved brug af tjenesteydelser og vareindkøb for over 1.438.448 kr. i projektet

Tilbudsloven – Dansk Lovgivning* Krav om annoncering (presse eller elektronisk medie) ved køb af vare og tjenesteydelser for over 500.000 kr. i projektet – og op til EU-grænseværdierne
* Procedurer for behandling af tilbudsgivere (ligebehandling m.v.)
* **Statsstøttereglerne.**

Omhandler regler for offentlig støtte til erhvervsvirksomheder.Se Erhvervsministeriets Statsstøttehåndbog 2015. For uddybende information kontakt FOMARS sekretariat info@fomars.dk eller sekretær Tove Baisgaard, tlf. 20307011.Skema revideret 8.10.2019. |