



МИНИСТЕРСТВО НА РЕГИОНАЛНОТО РАЗВИТИЕ И БЛАГОУСТРОЙСТВОТО

**ГЛАВНА ДИРЕКЦИЯ "ПРОГРАМИРАНЕ НА РЕГИОНАЛНОТО
РАЗВИТИЕ"**

**Информационен ден по схема BG161PO001/3.2-
03/2012 „Подкрепа за развитие на
регионалния туристически продукт и
маркетинг на дестинациите II”**

30.07.2012 г.

www.mrrb.government.bg

www.bgregio.eu



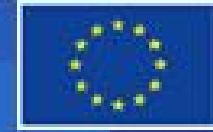
На 12 юли 2012 година

УО на ОПРР обяви покана за набиране на проектни предложения по схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ, чрез открита процедура за конкурентен подбор на проекти

BG161PO001/3.2-03/2012 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите II“

**Приоритетна ос 3 “Устойчиво развитие на туризма”
Операция 3.1. „Подобряване на туристическите атракции и свързаната с тях инфраструктура”**

**Краен срок за кандидатстване:
28 септември 2012 година**



**Различия с предходната схема
BG161PO001/3.2-02/2011 „Подкрепа за развитие на
регионалния туристически продукт и маркетинг на
дестинациите”**

- Променен е териториалният обхват на допустимите дейности по схемата
- Променени са изискванията относно формата и начина на подаване на документи – приложения към Формуляра за кандидатстване
- Разширен е броят и обхватът на критериите за техническа и финансова оценка
- Други, посочени в настоящата презентация



ОБЩА ЦЕЛ НА СХЕМА BG161PO001/3.2-03/2012

На основата на интегриран подход да
развие регионални туристически
продукти и да повиши ефективността на
регионалния маркетинг



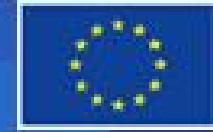
КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ НА СХЕМА BG161PO001/3.2-03/2012

- подкрепа за дестинации със значителен туристически потенциал, популяризиращи природното, културно и историческо наследство;
- икономическа диверсификация на съответната територия или регион;
- насърчаване на предлагането извън сезона, намаляване на сезонността и увеличаване на заетостта на легловата база;
- привличане на нови пазарни сегменти за специфичните регионални продукти и използване на потенциалното търсене на вътрешния пазар;
- използване на ефективни съвременни средства и техники за достигане до туристическите пазари.



ФИНАНСОВА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СХЕМА BG161P0001/3.2-03/2012

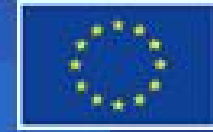
Общ размер на схемата за безвъзмездна финансова помощ (100%)	Размер на безвъзмездната финансова помощ (95%)		Задължителен финансов принос на кандидатите (5%)
	Съфинансиране от ЕФРР (85%)	Финансиране от националния бюджет (10%)	
6 051 292,57 лв.	5 143 598,68 лв.	605 129,26 лв.	302 564,63 лв.
3 093 976,76 евро	2 629 880,25 евро	309 397,68 евро	154 698,83 евро



РАЗМЕР НА БЕЗВЪЗМЕЗДНАТА ФИНАНСОВА ПОМОЩ

ЗА ОТДЕЛНИТЕ ПРОЕКТИ ВАЖАТ СЛЕДНИТЕ РАЗМЕРИ НА МИНИМАЛНА И МАКСИМАЛНА СТОЙНОСТ НА БЕЗВЪЗМЕЗДНА ФИНАНСОВА ПОМОЩ:

- **МИНИМАЛНА СУМА НА БЕЗВЪЗМЕЗДНАТА ФИНАНСОВА ПОМОЩ:
200 000 ЛВ.**
- **МАКСИМАЛНА СУМА НА БЕЗВЪЗМЕЗДНАТА ФИНАНСОВА ПОМОЩ:
500 000 ЛВ.**



ДОПУСТИМИ КАНДИДАТИ И ПАРТНЬОРИ

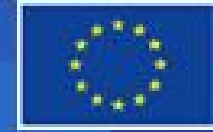
- Допустими **кандидати** по схемата са всички **264 общини** на територията на Република България.
- Допустими **партньори** по настоящата схема са:
 - ✓ общините - допустими кандидати;
 - ✓ туристически сдружения, регистрирани в Националния туристически регистър и техни клонове

ВАЖНО!! Бенефициенти и партньори-общини по сключени договори за БФП по схема BG161PO001/3.2-02/2011 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт“ не могат да участват като кандидати и партньори по настоящата схема за БФП (**ново**).



ПАРТНЬОРСТВО ПО СХЕМАТА

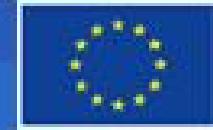
- **В случай, че партньорите са туристически сдружения, те трябва:**
 - ✓ да са регистрирани като ЮЛНЦ съгласно чл. 11, ал.1 от Закона за туризма;
 - ✓ да са регистрирани в Националния туристически регистър, поддържан от МИЕТ
 - ✓ да са учредени поне 12 месеца преди датата на публикуване на настоящата покана
- **В случай, че партньорите са туристически сдружения/ сдружения на общини, то седалището и основното им място на дейност трябва да се намират в/ да обхващат общините в района на ниво 2 на изпълнение на проекта.**



Териториален обхват – ново

- Дейностите по настоящата схема се осъществяват на територията на Република България и на **10-те генериращи пазара за българския туризъм:** Германия; Великобритания; Гърция; Румъния; Чехия; Сърбия; Русия; Швеция; Турция и Украйна.

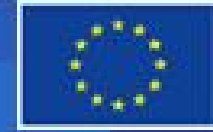
Важно!!! Разходите за дейности, осъществявани извън посочения териториален обхват, ще бъдат включвани като допълнителен собствен принос на кандидата извън БФП.



Допустими дейности (1)

1. **Разработване на туристически пакети** и/или диверсификация на съществуващи такива
2. **Рекламни дейности**, подготовка и разпространение на информационни и рекламни материали за туристическия район и туристическия продукт
3. **Участие** в регионални, национални и международни туристически борси, изложения и панаири
4. **Изследвания на въздействието** на осъществените маркетингови и рекламни дейности

Важно!!! Разходи за организиране на туристически борси, изложения, панаири са недопустими по схемата.



Допустими дейности (2)

5. **Организиране на експедиентски пътувания**, посещения на пътнически агенти, туроператори, автори на пътеводители, журналисти
6. Подкрепа на дейности за **обществено осведомяване и информационни услуги** - комуникационни кампании за подобряване на осведомеността за природното, културно и историческо наследство и приноса на туризма към развитието на района, разпространение на подходяща информация сред туристическия бизнес, организиране на туристически форуми за насърчаване на ефективната двустранна комуникация, участие и ангажиране на местния бизнес в разпознаването и разрешаването на общи проблеми.

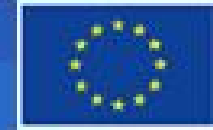


Допустими дейности (3)

- Проектните предложения по настоящата схема трябва да включват **задължителна комбинация от първите четири групи дейности** (описаните по-горе групи 1, 2, 3 и 4) – разработване на туристически пакети и/или диверсификация на съществуващите; рекламни дейности; участие в туристически борси, изложения и панаири; изследване на въздействието на осъществените маркетингови и рекламни дейности.
- Ще бъдат подкрепяни проекти с **регионален обхват**, създаващи **регионални продукти**, **обхващащи минимум три общини** и **насърчаващи партньорството**. Предлаганият регионален туристически продукт следва да **обхваща територията на всички общини в партньорство** по проекта (кандидат и партньори).



ОПРР



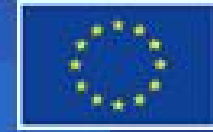
Допустими дейности (4)

- Няма да бъдат подкрепяни единични или разнородни, несвързани помежду си дейности, както и **дейности, които не са насочени към регионалния туристически продукт по проекта.**
- Проектните предложения по настоящата схема се **основават на предварително изготвени маркетингово проучване, анализ на потенциала и търсенето на регионалния туристически продукт и стратегия за неговата пазарна реализация.**
- Всяка община може да участва като **кандидат или партньор само в едно проектно предложение.** Кандидат по схемата не може да изпълнява функциите на партньор в друго проектно предложение и обратно.
- Всеки кандидат може да представи **само едно проектно предложение** по настоящата схема.



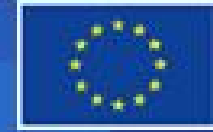
СПЕЦИФИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ ОТНОСНО ДОПУСТИМОСТТА НА ДЕЙНОСТИТЕ (1)

1. Дейностите от група 2 „Рекламни дейности, подготовка и разпространение на информационни и рекламни материали за туристическия район и туристическия продукт” следва задължително да включват описание на средствата и каналите за разпространение на всеки от разработените рекламни материали (филми, клипове, печатни и електронни материали и т.н.). **(ново)**
2. Дейностите, които допълват задължителните такива, т.е. дейностите от група 5 (*експедиентски пътувания и др.*) и 6 (*обществено осведомяване*), не могат да надвишават 20 % от преките допустимите разходи по проектното предложение, финансирани с безвъзмездната финансова помощ по проекта (100%).
3. Дейностите по изследвания на въздействието на осъществените маркетингови и рекламни дейности (група 4) не могат да надвишават 10 % от рекламните и маркетингови дейности, финансирани с БФП по проекта (100%) (групи 2, 3, 5 и 6 от списъка с допустими дейности). **(ново)**



СПЕЦИФИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ ОТНОСНО ДОПУСТИМОСТТА НА ДЕЙНОСТИТЕ (2)

4. За целите на настоящата схема **дейността по разработване на туристически пакети включва разработване на маршрути за посещения на база разработения туристически продукт** (карти с маршрути, програми за посещения по дни с описание на обектите и други).
5. Туристическите пакети **не могат да включват атракции извън** обхвата на туристическия район. **(ново)**
6. Отделните туристически пакети се базират на **подходяща комбинация от атракции** на територията на повече от една община в туристическия район. **(ново)**



СПЕЦИФИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ ОТНОСНО ДОПУСТИМОСТТА НА ДЕЙНОСТИТЕ (3)

7. Туристическите пакети следва да бъдат комуникирани, както следва:
 - популяризиране сред регистрирани туроператори с цел включването им в туристическите пакети на туроператорите;
 - разпространяване сред целевите групи под формата на печатни материали или електронни материали в мрежата;
 - други иновативни канали за комуникация, отчитайки допустимия обхват на разходите по настоящата схема съгласно т. 4.3.3 от Насоките за кандидатстване.
8. В проектното предложение следва да бъдат посочени конкретните туристически борси, изложения и панаири, в които кандидатът и неговите партньори ще вземат участие. Същите следва да бъдат определени и аргументирани на база анализа на търсенето на продукта и стратегията за неговата пазарна реализация в рамките на Концепцията за развитие на регионален туристически продукт. **(НОВО)**



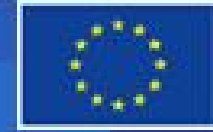
СПЕЦИФИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ ОТНОСНО ДОПУСТИМОСТТА НА ДЕЙНОСТИТЕ (4)

9. При осъществяване на дейност участие в туристически борси, изложения и панаири **допустими участници са щатни служители на кандидата/ партньора в направление туризъм. Участие в туристическа борса/ изложение/ панаир може да вземе до 1 служител от всеки участник в партньорството (кандидат и партньори).** (ново)
10. Не се допускат дейности, свързани с развитието на регионален **туристически** продукт, основан на обекти/ услуги на частни предприемачи. **Туристическите пакети, рекламните и информационни материали по проектното предложение не трябва да съдържат търговски марки, наименования на физически и юридически лица, притежаващи туристически обекти или предлагащи услуги в туристическия район.** (ново)
11. Разработването на маркетингови проучвания и стратегии за реализацията на регионалния туристически продукт **е допустимо само в подготвителната фаза** на проектното предложение. (ново)



СПЕЦИФИЧНИ ИЗИСКВАНИЯ ОТНОСНО ДОПУСТИМОСТТА НА ДЕЙНОСТИТЕ (5)

12. **Не се допуска разработването на интернет страници и портали** на туристическия район и регионалния туристически продукт, както и интернет-базирани регионални системи за информация и разпространение. **Допустимо е туристическият район и неговият продукт да бъдат популяризирани чрез публикации и реклама в специализирани интернет страници и електронни медии. (ново)**
13. В проектното предложение **не могат да бъдат включвани дейности за инвентаризация и оценка на туристическите ресурси**, средства и услуги в района и създаването на туристически бази данни за района. Такива дейности няма да бъдат финансирани. **(ново)**



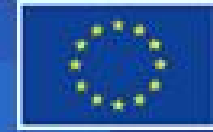
Ограничения относено размера на допустимите разходи (1)

- Разходите за разработване на Формуляр за кандидатстване и Концепция за развитие на регионалния туристически продукт общо не следва да надвишават сумата от **15 000 лв. без ДДС.**
- Разходите за разработване на туристически пакети се бюджетират в рамките на разходна група „предоставяне на консултации, разходи за изработване и разпространение на информационни, маркетингови и рекламни материали, реклама в медиите, промоционални прояви“.
- Разходи за консултации по разработване на туристически пакети - до **25 000 лв. без ДДС. (ново)**
- Разходи за разработване на лого и слоган - до **5 000 лв. без ДДС (ново)**
- Разходи за организация и управление - **до 10 % от стойността на преките допустими разходи** по проекта, финансирани от БФП по проекта (100%).



Ограничения относно размера на допустимите разходи (2)

- Разходи за мониторинг на ефективността на маркетинговите дейности – **до 10 % от маркетинговите и рекламни дейности, финансирани от БФП по проекта (100%). (ново)**
- Разходи за услуги, които са пряко свързани с проекта, и са необходими за неговата подготовка и изпълнение, като транспорт, наеми, дизайнерски, информационно-технологични, консултантски, правни и нотариални, изследвания и експертни, финансово-счетоводна проверка и други услуги - **до 3 % от преките допустими разходи по проекта, финансирани от БФП по проекта (100%).**
- Разходи за дейности по информиране, публичност и визуална идентификация на проекта - **до 1% от преките допустими разходи по проекта, финансирани от БФП по проекта (100%).**
- Разходи за одит – **до 1% от общите допустими разходи по проекта, финансирани от БФП по проекта (100%).**



Степен на готовност/зрялост на проекта (1)

Кандидатът задължително представя към формуляра за кандидатстване Концепция за развитие на регионален туристически продукт, включваща следната информация:

1. Описание на туристическия район:

- обосновка за **избора на партньорство** и обособяването на туристическия район, вкл. описание на сходни и/или допълващи се туристически ресурси, инфраструктура със значение за туризма и др.;
- описание на **основните и допълнителни туристически услуги** в района (категория, капацитет и състояние на заведения за хранене и настаняване, допълнителни услуги) - **ново**;
- информация за **транспортна достъпност** до и в рамките на района (описание на транспортната мрежа и нейното състояние както за достъп до района, така и по самия маршрут на туристическия продукт) - **ново**;
- обосновка за **значението на туризма** за икономическото развитие на района (дял на туризма в структурата на икономиката на района).



Степен на готовност/зрялост на проекта (2)

2. Предложение за регионален туристически продукт:

- дефиниране на **регионален туристически продукт**, който ще бъде предмет на маркетинг и реклама в рамките на проекта - **НОВО**;
- кратко описание и анализ на **туристическите атракции** и услугите в туристическия район, които дават основание за избор на конкретния регионален продукт - **НОВО**;
- **бренд** на туристическия район – предложение за име и символ, които идентифицират туристическия продукт и го разграничават от тези на конкурентни туристически райони - **НОВО**.

3. Маркетингово проучване и анализ на потенциала и търсенето на продукта

- **текущо и потенциално търсене** на продукта в района – резултати от проведени местни, регионални и национални туристически проучвания, анализ на първични и/или вторични данни за търсенето на продукта (информация за брой и профил на посетителите, продължителност на престоя и др.);
- готовност на **туристически агенции и туроператори** да предлагат туристическия продукт на района (на база допитване до туристически агенции и туроператори и/или писма за подкрепа).



Степен на готовност/зрялост на проекта (3)

4. Стратегия за пазарната реализация на туристическия продукт - **НОВО**

- избор и обосновка за избора на **целени пазари и сегменти** на регионалния туристически продукт, дефиниране на профил на туристите – целевите пазари и сегменти се определят в рамките на вътрешния пазар и 10-те генериращи пазара за българския туризъм, като изборът им се обосновава с оглед резултатите от проучването и анализа на търсенето на регионалния туристически продукт по проекта;
- анализ на **нуждите на целевите групи** на регионалния туристически продукт (туристи, туроператори и туристически агенции);
- предложения за ефективни съвременни средства, техники и канали за достигане до целевите пазари - анализ и обосновка за избора на **рекламни и маркетингови дейности** (реклама, рекламни и информационни материали, туристически борси, промоционални събития, турове и др.) съобразно нуждите на целевите групи и потенциала на продукта;
- предложения/ мерки за **ограничаване на сезонността** на база регионалния туристически продукт;

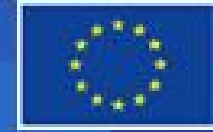


Степен на готовност/зрялост на проекта (4)

- предложения/ мерки за **удължаване на престоя на туристите** в района на база регионалния туристически продукт;
- аргументирана прогноза (базирана на статистически данни и анализ на тези данни) за **нарастване на броя туристи** в района в резултат от реализацията на маркетинговите и рекламни дейности.

5. Обсъждане със заинтересованите страни

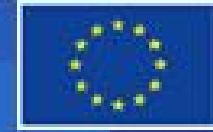
- описание на проведените **обсъждания** на Концепцията със заинтересованите страни – общественост, туристически сдружения, туроператори и други представители на туристическия сектор;
- информация за **постигнатите резултати от обсъжданията** и тяхното отразяване в окончателния вариант на Концепцията - **НОВО**.



Степен на готовност/зрялост на проекта (5)

Важно!!! - ново

- ❖ Концепцията следва да се основава на **убедителни доказателства**, местни, регионални и национални източници или документи, както и официални статистически данни и информация.
- ❖ Готовността на туроператорите и туристическите агенти да предлагат туристическия продукт на района следва да бъде доказана посредством **реализирано анкетно допитване и/или приложени писма за подкрепа**.
- ❖ Целевите пазари на туристическия продукт следва да се дефинират въз основа на резултатите от анализа на търсенето и потенциала на продукта, като същите определят териториалния обхват на дейностите по проекта. Оценителната комисия си запазва правото да **отхвърли разходите за дейности, чийто териториален обхват не е аргументиран убедително в Концепцията**.



Степен на готовност/зрялост на проекта (6)

Важно!!! - ново

- ❖ Дейностите в проектното предложение следва да бъдат формулирани въз основа на **предложенията в Концепцията** ефективни съвременни средства, техники и канали за достигане до туристическите пазари.
- ❖ Обсъждането със заинтересованите страни следва да бъде подкрепено от подходящи **доказателствени материали**, включително такива, демонстриращи резултатите от обсъжданията – копия и обобщение на анкетни карти, протоколи от срещи, кръгли маси, присъствени списъци и др.
- ❖ **Разработването на Концепцията** на регионалния туристически продукт с всички нейни елементи следва **да бъде извършено на етап кандидатстване** с проектното предложение, а не на етап изпълнение. Няма да бъдат финансирани разходи, свързани с разработването на маркетингови стратегии, проучвания и опис на ресурсите и атракциите и др. подобни, заложен на етапа на изпълнение на проекта, тъй като същите са част от Концепцията и следва да бъдат изпълнени на етапа на кандидатстване.



ДОКУМЕНТИ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ - НОВО

Основни документи:

- Бюджет на проекта – **Приложение Б** към Насоките за кандидатстване (включва 4 таблици: Таблица 1: Общи допустими разходи, Таблица 2: Източници на финансиране, Таблица 3: Опис на дейностите за публичност на проекта, Таблица 4: Детайлен опис на основните дейности по проекта, **Таблица 5: Финансова обосновка на разходите по проекта (ново)**, Таблица 6: Проверка за процентното съотношение).
- Декларация, че в туристическите пакети, рекламните и информационни материали по проекта **няма да бъдат включвани търговски марки и наименования** на физически и юридически лица, притежаващи туристически обекти или предлагащи услуги на територията на туристическия район **(ново)**



Подкрепящи документи – партньорство (1)

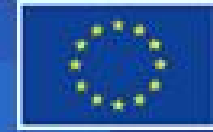
■ Декларация за партньорство (Приложение Д)

Декларацията се подписва и подпечатва от кандидата и всички партньори на хартиен носител. **Подава се във формат сканирано копие**, подписано с електронен подпис от кандидата. **(ново)**

■ Договор за партньорство, подписан и подпечатан от кандидата и всеки един от партньорите

Договорът се подписва и подпечатва от кандидата и всички партньори на хартиен носител. **Подава се във формат сканирано копие**, подписано с електронен подпис от кандидата. **(ново)**

Договорът съдържа задължително информация относно разпределението на дейностите и финансовите ангажименти между партньорите. Размерът на финансовия дял на всеки партньор следва да се базира на решението на съответния Общински съвет.



Подкрепящи документи – партньорство (2)

За партньори – туристически сдружения:

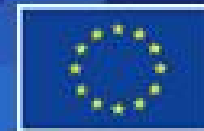
- **Декларация по чл. 7, ал.1 и 2 от ПМС №121/ 31.05.2007 г. (Приложение В2)**

Попълва се от всички лица, които са овластени да представляват партньора и са вписани в търговския регистър или в регистъра на ЮЛНЦ или са определени като такива в учредителния акт, когато тези обстоятелства не подлежат на вписване, както и от членовете на управителни и контролни органи и временно изпълняващи такава длъжност, включително прокурист или търговски пълномощник.

- **Декларация за минимални помощи (Приложение В3)**
- **Декларация от партньор-туристическо сдружение (ако е приложимо) за:**
 - осигуряване на собствен принос в съответния размер в случай, че е разпределен между партньорите,
 - изпълнение на задължителните дейности по проекта (рекламни дейности, участие в туристически борси, изложения и панаири, и изследване на въздействието на маркетинговите и рекламни дейности) в период до 1 г. след приключване на дейностите по проекта.

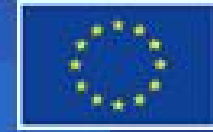


ОПРР



ВАЖНО !!!

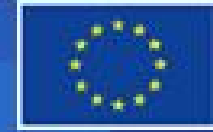
- Всички декларации по проектното предложение се попълват и подписват на хартиен носител от съответния декларатор. Декларациите се подават във формат сканирано копие, подписано с електронен подпис от кандидата. (ново)
- В случаите, когато кметът на общината-кандидат е упълномощил друго лице да го представлява при електронното подписването и/или при подаване на документите за кандидатстване през Модула за ел.услуги в ИСУН, към проектното предложение се прилага пълномощното/заповедта за упълномощаване по т. 26. Допуска се упълномощаване единствено в рамките на администрацията на кандидата, т.е. упълномощаване на служител от общината-кандидат. (ново)
- Кандидатът не следва да сканира и представя в общ файл документи, които се отнасят до различни точки от Контролния лист за оценка на административното съответствие и допустимостта.



Процедура за кандидатстване

Формулярът за кандидатстване и приложенията към него се подават електронно чрез Модула за електронни услуги в ИСУН на електронен адрес <https://eumis.government.bg/>

В срок до **28 септември 2012 г., 16:00 ч**
местно време



Техническа и финансова оценка (1) - ново

Включени са **нови** критерии в **т.2.1 Обосновка на туристическия продукт:**

- 2.1.2 Обосновка за избора на партньорство
- 2.1.3 Оценка на процеса на разработване на Концепцията
- 2.1.6 Търсене и потенциал на регионалния туристически продукт
- 2.1.7 Целеви пазари и сегменти на регионалния туристически продукт



Техническа и финансова оценка (2) - ново

- Максималният общ брой точки, който може да бъде получен на раздел 2.1 е **увеличен на 55 точки**.
- Ако общият брой получени точки за раздел 2.1 „Обосновка на туристическия продукт“ е по-малък от 33 точки, то проектното предложение не подлежи на по-нататъшно разглеждане.
- Максималният общ брой точки, който може да бъде получен на етап техническа и финансова оценка, е **увеличен на 129 точки**. (преди 120)
- Проектни предложения, получили на техническа и финансова оценка общо **по-малко от 85 точки**, не подлежат на класиране. (преди 84)



Насоките за кандидатстване и
Пакета документи са публикувани на

www.bgregio.eu
www.mrrb.government.bg
www.eufunds.bg

и са налични в Модула за електронни услуги на ИСУН:
<https://eumis.government.bg/>

Всяка седмица Управляващият орган публикува отговори на
въпроси на потенциални кандидати от електронния
адрес opr@mrdb.government.bg



Благодаря за вниманието!

ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!