



Javni razpis
»KREPITEV TRŽENJA BLAGOVNIH ZNAMK NA TUJIH TRGIH PREK SHOWROOMOV V TUJINI«

Odgovori na vprašanja – 11.6.2019

10.6.2019

1. vprašanje

Zanima nas, koliko znaša višina sofinanciranja na dotičnem razpisu ter kaj vse mora obsegati strategija trženja oziroma če obstaja kakšno določilo glede samega dokumenta.

Odgovor 1:

Dodeljena sredstva za sofinanciranje posamezne operacije ne morejo biti nižja od 30.000,00 EUR in ne višja od 100.000,00 EUR.

Strategija trženja blagovnih znamk na izbranem tujem trgu naj vsebuje (vsaj) naslednje elemente:

- *opredelitev lastnih resursov, mikrookolja in ciljnega trga*
- *segmentiranje*
- *pozicioniranje*
- *opredelitev konkurentov*
- *pozicioniranje konkurentov na tujem trgu*
- *diferenciacija konkurentov na tujem trgu*
- *strategija trženja – krepitev blagovne znamke,*

pri čemer mora biti priložena strategija skladna z načrtovano operacijo (ciljni trgi, blagovne znamke ipd., kot jih navaja prijavitelj v vlogi).

2. vprašanje

Na spletni strani smo videli vaš novi razpis KREPITEV TRŽENJA BLAGOVNIH ZNAMK NA TUJIH TRGIH PREK SHOWROOMOV V TUJINI. Pri pregledu pogojev za kandidiranje pa se nam je pojavilo eno kompleksno vprašanje. Javni razpis ima točno določena področja uporabe, zato nas zanima ali naše podjetje spada v katero izmed teh področij. Sicer smo trgovsko podjetje, ki se ukvarja s prodajo ženske in moške galanterije, darilnega programa, promocijskih artiklov in šolskega programa. Ali spadamo v katero izmed 9-tih navedenih področij uporabe?

Odgovor 2:

Prednostno področje uporabe S4, v katerega sodi operacija, določi prijavitelj sam na podlagi podatkov o operaciji, zato jih agencija v tej fazi ne tolmači.

3. vprašanje

Naše podjetje posluje v Avstriji s prodajnimi saloni – enim lastnim in saloni zastopnikov, ki pa jih v veliki meri mi suportiramo z opremo, promocijskim materialom in ostalim... Zanima me ali s tem že izpolnjujemo kriterije za pristop k razpisu, ali so mišljeni na novoustanovljeni showroomi?

Prav tako imamo že zaposlenega tujega – Avstrijca, prodajnega zastopnika. Zaposlen je na našem podjetju oziroma konkretno na naši hčerinski avstrijski družbi. Je s tem izpolnjen kriterij št.2. ali mora biti tuji prodajni zastopnik poslovni partner?

Odgovor 3:

Mišljeni so novoustanovljeni showroomi.

Kot lokalni agent za namen tega razpisa šteje entiteta:



- ki je pravna oseba s sedežem v tujini, in sicer na trgu, na katerega prijavitelj vstopa in
- ki ima potrebno infrastrukturo in znanje o ciljnemu trgu, to je trgu, na katerega prijavitelj vstopa.

4. vprašanje

Ob pregledu razpisne dokumentacije za Showroom, nekako ne razumemo prav dobro, kaj točno je mišljeno kot showroom. Možne lokacije, sam prostor. Prosim za malo bolj podrobno razlago, oziroma še bolje, za kak primer.

Odgovor 4:

- Z izrazom *showroom* označujemo razstavno-promocijski prostor, lociran zunaj meja RS, namenjen predstavitvi izdelkov ali storitev, zaščitenih z registrirano blagovno znamko, ki služi tudi kot mesto povezovanja s tujimi podjetji.
- Razstavno-promocijski prostor (*showroom*) je namenjen krepitevi prepoznavnosti blagovnih znamk slovenskih podjetij v tujini, hkrati pa jim odpira vrata za nove posle in omogoča doseganje višje prodajne cene.

(točka 2.2. JR)

- Showroom predstavlja tako prostor za predstavitev izdelkov ali storitev, kot tudi mesto povezovanja s tujimi podjetji, zato najmanjša velikost showrooma znaša najmanj 30 m².
- Fizična vzpostavitev showrooma v tujini, namenjenega predstavitvi oziroma promociji blagovnih znamk prijavitelja, ki hkrati ne predstavlja sejemskega prostora. Uporablja se izključno za predstavitev prodajnega programa upravičenca.

(točka 10 JR)

11.6.2019

5. vprašanje

Zanima nas, koliko znaša višina sofinanciranja na dotičnem razpisu ter kaj vse mora obsegati strategija trženja oziroma če obstaja kakšno določilo glede samega dokumenta.

Odgovor 5:

Na vaše vprašanje smo že odgovorili; glejte odgovor št. 1.

6. vprašanje

Zanima nas kakšna je lastna udeležba na razpisu oziroma kakšna je višina sofinanciranja v odstotkih.

Odgovor 6:

7.člen JR: Razmerje med namenskimi sredstvi EU za kohezijsko politiko in slovenske udeležbe za sofinanciranje operacij je:

Kohezijska regija	EU delež	SLO delež
Vzhodna Slovenija	75 %	25 %

Sredstva slovenske udeležbe za sofinanciranje operacij zagotavljajo upravičenci.

7. vprašanje

Najprej bi imela samo načelno vprašanje - uradno nimam podjetja ampak zasebni zavod - XXX, zavod za promocijo umetnosti, kulture in izobraževanja. Ali lahko tudi sodelujem v razpisu - (umetniški sejmi Fiac, Art Basel, etc; oziroma Investment summit, blockchain konferenca - pitching - Ali ne???)



Odgovor 7:

Preverite izpolnjevanje pogojev, z ozirom na to, da bi kandidiral zavod, preverite (predvsem) naslednji pogoj: Prijavitelj se kot pravna ali fizična oseba ukvarja z gospodarsko dejavnostjo v Republiki Sloveniji in je organiziran kot gospodarska družba¹, samostojni podjetnik posameznik² ali zadruga z omejeno odgovornostjo³. Velikost prijavitelja se določa v skladu z določili Priloge I Uredbe 651/2014/EU.

¹ Gospodarska družba kot jo opredeljuje Zakon o gospodarskih družbah (Uradni list RS, št. 65/06 uradno prečiščeno besedilo, 33/11, 91/11, 32/12, 57/12, 44/13 – odl. US, 82/13, 55/15, in 15/17, v nadaljevanju: ZGD-1).

¹ Samostojni podjetnik posameznik kot ga opredeljuje ZGD-1.

¹ Zadruga z omejeno odgovornostjo kot jo opredeljuje Zakon o zadrugah (Uradni list RS, št. 97/09 – uradno prečiščeno besedilo, ZZad).