1. Aprašo 19.3 punkte nurodyta - *Pareiškėjas ir partneris (-iai) privalo pateikti dokumentus (metinės finansinės atskaitomybės dokumentus, aiškinamuosius raštus, sutartis ar pan.), įrodančius, kad pastaruosius trejus metus buvo vykdoma turizmo rinkodaros veikla).* Ar galima teigti, kad asociacijos, vykdančios veiklą trumpiau nei 3 metus, neatitinka Aprašo reikalavimų?

**Taip, asociacijos privalo vykdyti veiklą bent trejus metus ir turėti trejų metų patirtį turizmo rinkodaros srityje.**

1. Aprašo 1 lentelės 7.3 p. nurodyta  - *su projekto administravimo reikmėmis susijusių prekių įsigijimo išlaidos.* Ar turima omeny kanceliarinės prekės?

**Kanceliarinės prekės būtų tinkamos išlaidos.**

1. Aprašo 32 p. nurodo: Pagal Aprašą valstybės pagalba, kaip ji apibrėžta Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (OL 2010 C 83, p. 47) 107 straipsnyje, ir de minimis pagalba, kuri atitinka 2013 m. gruodžio 18 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 1407/2013 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo de minimis pagalbai (OL 2013 L 352, p. 1) nuostatas, (toliau – de minimis pagalba) neteikiama. Paaiškėjus, kad projekto veiklos gali atitikti valstybės pagalbos taisykles, jos gali būti finansuojamos kaip de minimis pagalba. Ar gali būti reklamuojamos pilys? Pavyzdžiui, pilyje yra kavinė (pasirašyta koncesijos/nuomos sutartis) bei vykdoma kita švietėjiška/ugdomoji veikla?

**Privačių juridinių asmenų paslaugos gali būti pristatomos, jei nėra nurodomi tų paslaugų teikėjų (viešbučio, kavinės ir pan.) pavadinimai.**

1. Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 programos  18 p. yra nurodytas prioritetinių plėtros regionų skaičius. Ar šis sąrašas yra baigtinis?

**Sąrašas yra baigtinis. Prioritetiniai turizmo plėtros regionai išskirti vadovaujantis Lietuvos turizmo potencialo įvertinimo, nustatant didžiausias turistinės traukos vietoves ir jų panaudojimo prioritetus, studija, todėl keisti minėtų regionų sąrašą nėra pagrindo. Teoriškai paraiškas galėtų teikti ir tos savivaldybės, kurios nepatenka į prioritetinius turizmo plėtros regionus, tačiau projekto veiklos vis tiek turėtų būti skirtos prioritetinių turizmo plėtros regionų kultūros ir gamtos paveldo objektams pristatyti.**

1. Kiek paraiškų gali pateikti vienas pareiškėjas?

**Jokių apribojimų dėl paraiškų skaičiaus nėra nustatyta.**

1. Ar pareiškėjas gali būti kitoje paraiškoje partneris?

**Gali.**

1. Ar gali tas pats objektas būti reklamuojamas (pristatomas) keliuose projektuose?

**Tas pats objektas gali būti įtraukiamas į kelis projektus.**

1. Ar galima į projektą įtraukti tokius objektus kaip Pažaislio vienuolyno ansamblis, Valdovų rūmai ir pan.?

**Nėra nustatyta jokių specialių reikalavimų dėl tokių objektų rinkodaros, jie gali būti įtraukiami į projektus.**

1. Ar objektai, kurie bus įtraukti į projektus, turi būti finansuotini ES lėšomis.

**Objektai, kurie bus įtraukti į projektus, neprivalo būti anksčiau finansuoti ES paramos lėšomis.**

1. Ar asociacija privalėtų kaip partnerį į projektą įtraukti savivaldybę, jeigu planuotų viešinti jai priklausančius objektus?

**Objekto valdytojas neturėtų būti projekto partneriu, jei projekto veiklos galėtų būti įgyvendintos ir be jo. Siekiant išvengti galimų nesusipratimų tarp objektų valdytojų ir projektų vykdytojų, sutikimas dalyvauti projekte būtų tinkamas sprendimas.**

1. Projekte planuojama viešinti objektus, pritaikytus žmonėms su negalia. Tikėtina, kad dalis šių objektų bus įtraukti projekto eigoje. Kokių objektų (tik įtrauktų į paraišką ar vėliau ir projekto eigoje atsiradusių) sutikimus viešinti iš savivaldybių, kitų institucijų reikėtų gauti?

**Sutikimas būtų reikalingas tik iš projekte pristatomų objektų valdytojų, su kuriais realiai bus bendradarbiaujama.**

1. Ar asociacijų nariai, turintys rinkodaros veiklos patirties, atitiktų Aprašo sąlygą dėl reikalavimo, susijusio su rinkodaros veiklų vykdymu.

**Reikalavimas dėl patirties yra taikomas tiesiogiai pareiškėjui, tai reiškia, kad patirtį turizmo rinkodaros srityje privalo turėti asociacija, o ne kuris nors iš jos narių.**

1. Ką bus galima reklamuoti iš Kulinarijos patiekalų kaip kultūros paveldo objektus?

**Priemonės lėšomis būtų galima finansuoti Kulinarijos paveldo fondo ženklą ir Lietuvos tautinio paveldo ženklą turinčius patiekalus. Kulinarijos paveldu laikytini tradiciniai gaminiai, pasižymintys istoriškai Lietuvoje ar jos atskirame etnografiniame regione susiformavusia produkto tradicine forma, sudėtimi ir kitais specifiniais kokybiniais ypatumais. Svarbiausi atitikties kriterijai: gaminiai turi būti ne masinės gamybos (ne mažiau kaip pusė gaminio apimties turėtų būti rankų darbo), pagaminti Lietuvoje iš Lietuvoje išaugintos žaliavos.**

1. Aprašas tiesiogiai nenurodo, kad prie paraiškos būtina pridėti savivaldybės tarybos pritarimą dalyvauti projekte, todėl nėra aišku, ar savivaldybės tarybos sprendimas dėl pritarimo dalyvauti projekte (šiuo atveju - partnerio teisėmis) yra privalomas? Jei toks savivaldybės tarybos sprendimas yra reikalingas, susiduriame su juridinio pobūdžio klausimu -kokiu Aprašo punktu remtis nurodant teisinį pagrindą sprendimo rengimui?

**Savivaldybės tarybos sprendimo reikalingumą turėtų reglamentuoti savivaldybių teisės aktai.**

1. Kaip turėtų būti tvirtinamos turizmo rinkodaros strategijos (tarybos sprendimu,

administracijos direktoriaus įsakymu)?

**Turizmo rinkodaros strategijos turėtų būti tvirtinamos pagal savivaldybių nustatytą tvarką. Svarbiausia, kad jos būtų patvirtintos ir suderintos su kitomis savivaldybėmis, su kuriomis numatoma bendradarbiauti (pakaktų suderinimo raštu).**

1. Ar reikalingas savivaldybės tarybos sprendimas dėl jungtinės veiklos sutarties, jeigu joje planuojama nustatyti partnerio (savivaldybės administracijos) finansinius įsipareigojimus projektinėms ir po projektinėms veikloms vykdyti?

**Dalyvaujant partnerio teisėmis pasirašoma jungtinės veiklos sutartis. Vadovaujantis finansavimo sąlygų aprašu, būtina pateikti tik jungtinės veiklos sutartį.**

1. Ar partneriams reikalingos strategijos?

**Pakanka pareiškėjo turizmo rinkodaros strategijos, apimančios kelias savivaldybes (partnerius), kurioje numatytos bendradarbiavimo veiklos (priemonės**).

1. Ar nuosavų lėšų indėlis gali būti natūra (ne finansinėmis lėšomis)?

**Aprašo 37 punkte nustatyta, kad pareiškėjas ir (arba) partneris privalo prisidėti prie projekto finansavimo ne mažiau nei 15 procentų visų tinkamų finansuoti projekto išlaidų, todėl nuosavas indėlis turi būti finansinės lėšos.**

1. Dėl Apraše nurodyto naudos ir kokybės 2 punkto – kaip turėtų bendradarbiauti savivaldybės? Ar savivaldybė turi dalyvauti kaip partneris, ar pakanka savivaldybės sutikimo viešinti jos objektus?

**Partnerystė turi būti pagrįsta, jei projektas gali būti įgyvendinamas be partnerio, tuomet jo įtraukti į projektą neprivaloma. Tinkamiausias pagrindas savivaldybių atveju būtų suderinta turizmo rinkodaros strategija, kuria vadovaujantis planuojamos konkrečios projekto veiklos. Kitais atvejais, pakaktų planuojamų  pristatyti objektų valdytojų sutikimo.**

1. Ar reikia savivaldybėms teikti finansinės atskaitomybės dokumentus?

**Pagal Aprašo 19.3 punktą pareiškėjas  ir  partneris/partneriai  privalo  pateikti  dokumentus (metinės finansinės atskaitomybės dokumentus, aiškinamuosius raštus, sutartis ar pan.), įrodančius, kad pastaruosius trejus metus buvo vykdoma turizmo rinkodaros veikla). Vis dėlto, jei LVPA finansinės atskaitomybės dokumentus gali nemokamai gauti iš kitų oficialių šaltinių (Registrų centro), pareiškėjui (partneriui) pakaktų tai nurodyti paraiškoje ir finansinės atskaitomybės dokumentai galėtų būti neteikiami.**

1. Ar projekte gali būti pristatomi ne prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose esantys objektai?

**Pagal priemonę finansuojama kultūros ir gamtos paveldo objektų e. rinkodara prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose, todėl į juos nepatenkančių savivaldybių kultūros ir gamtos paveldo objektai neturėtų būti pristatomi.**

Wi-fi skirta įranga t.y. modemas, laidai, pasak ekspertų, priklauso tinkamoms išlaidoms pagal 1 lentelės 4.1 punktą. Tačiau interneto ryšio paslaugos pirkimas būtų netinkamos išlaidos.

Rinkodaros strategijų pateikimas. Ar visiems partneriams reikės pateikti atskirus dokumentus ar užteks to, kad apie projektą ir projekto dalyvius bus informacija pareiškėjo rinkodaros strategijoje? – Pakanka pareiškėjo turizmo rinkodaros strategijos, apimančios kelias savivaldybes (partnerius), kurioje numatytos bendradarbiavimo veiklos (priemonės).

Finansinės atskaitomybės dokumentų pateikimas. Ar bus tinkamai atsakyta į reikalavimą jei informuosime Jus, kad savivaldybių finansiniuose dokumentuose pateikiama informacija yra laisvai prieinama (per Registrų centrą ir pan.)?  - Finansinės atskaitomybės dokumentai yra teikiami Aprašo 19.3 punkte numatytiems reikalavimams užtikrinti. Be finansinės atskaitomybės dokumentų galite pateikti sutartis, perdavimo-priėmimo aktus iš kurių matytųsi, kad pastaruosius trejus metus buvo vykdoma turizmo rinkodaros veikla.

RC galima pažiūrėti ar dokumentai yra pateikti, bet jų turinio LVPA peržiūrėti negalės.

susitikimo metu klausėte, ar teikiant turizmo e. rinkodaros projektus, partneriais gali būti turizmo informacijos centrai, jei jų dalininkas yra savivaldybės taryba, kuri nėra biudžetinė įstaiga.  Pagal priemonės „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ finansavimo sąlygų aprašo 12 p. galimi partneriai yra biudžetinės įstaigos, viešieji juridiniai asmenys, kurių savininko (dalininko) teises ir pareigas įgyvendina biudžetinės įstaiga, asociacijos. Vadovaujantis šiuo punktu,  turizmo informacijos centras projekto partneriu galėtų būti ir tuo atveju, kai dalininkas yra savivaldybės taryba, jei įgyvendinti savivaldybės, kaip viešųjų įstaigų dalininkės (savininkės), turtines ir neturtines teises yra pavesta savivaldybės administracijai (administracijos direktoriui). Kiek teko domėtis, dažniausiai būtent tokia praktika ir taikoma:  savivaldybės tarybos paveda įgyvendinti savivaldybės, kaip viešųjų įstaigų dalininkės (savininkės), turtines ir neturtines teises savivaldybės administracijos direktoriui.

Rengiant projekto paraišką kilo klausimų dėl finansavimo sąlygų aprašo, o LVPA nurodė, jog galima kreiptis į Jus dėl išaiškinimo.

Rašau Klaipėdos regiono savivaldybių vardu, nes teiksime bendrą projekto paraišką.

Jeigu trumpai apibūdinant situaciją, bendros regiono projekto paraiškos teikimui buvo pritarta Klaipėdos regiono plėtros tarybos posėdyje, Klaipėdos rajono savivaldybė įpareigota parengta bendrą paraišką. Klaipėdos regiono savivaldybes vienijančiai (savivaldybių įsteigtai) asociacijai „Klaipėdos regionas“ buvo pavesta parengti bendrą regiono turizmo rinkodaros strategiją, kuria remsimės rengiant paraišką. Gavome ministerijos išaiškinimą, jog turizmo rinkodaros strateginis dokumentas, gali būti tiek savivaldybės, tiek ir regiono lygmens, o mūsų rengiama strategija yra tinkamas dokumentas, atitinkantis finansavimo sąlygų aprašo 49.3 punktą.

*Klausimas: Ar tinkama, jeigu regiono turizmo rinkodaros strategija bus patvirtinta regiono asociacijos visuotinio susirinkimo (sudaro visų regiono savivaldybių atstovai) ar dokumentas turėtų būti patvirtintas Klaipėdos regiono plėtros taryboje?*

Finansavimo sąlygų aprašo priede Nr. 2, nurodoma, jog aukštesnis įvertinimas suteikiamas projektams, kuriais bus pristatoma daugiau gamtos ir (ar) kultūros objektų (kriterijus nr. 3).

*Klausimas: Kaip bus skaičiuojami ir vertinami projekto priemonėmis pristatomi gamtos ir (ar) kultūros objektai – jie bus grupuojami, apjungiami pagal specifiką ar tiesiog skaičiuojami kaip vienetais?*

Finansavimo sąlygų aprašo priede Nr. 2, nurodoma, jog aukštesnis įvertinimas suteikiamas projektams, kuriais bus vykdoma 2 ar daugiau tarpusavyje susijusių e.rinkodaros priemonių (kriterijus nr. 4).

*Klausimas: Kaip bus skaičiuojamos ir vertinamos projekte numatytos įgyvendinti e.rinkodaros priemonės? Pvz. Jeigu sukursime mobiliąją aplikaciją, kurioje bus ir pristatomasis regiono filmukas, interaktyvūs žemėlapiai ir edukaciniai žaidimai. Tai čia skaičiuojamos atskiros 4 e.rinkodaros priemonės (apps‘as, žemėlapis, žaidimas, filmukas) ar kaip viena (mobilioji aplikacija)?*

1. Priemonės projektų finansavimo sąlygų apraše nesame nustatę jokių reikalavimų dėl strateginio planavimo dokumentų tvirtinimo. Svarbiausia, kad strategija būtų patvirtinta ir būtų galima aiškiai matyti, kad strategija yra suderinta su visomis projekte dalyvaujančiomis savivaldybėmis.

2. Kultūros ir gamtos paveldo objektai bus skaičiuojami vienetais.

3. Vadovaujantis finansavimo sąlygų aprašo 4.1 papunktyje pateikta e. rinkodaros priemonės sąvoka, Jūsų nurodyta mobilioji aplikacija būtų vertinama kaip viena e. rinkodaros priemonė.