

Planos de Comercialização e Vendas 2022

REGULAMENTO

Artigo 1.º

Objeto

O presente regulamento define os termos de concessão de apoio financeiro a Planos de Comercialização e Vendas, exclusivamente dirigidos a mercados externos e em alinhamento com os objetivos estratégicos e mercados definidos como prioritários pela ARPT Algarve (ATA).

Artigo 2.º

Condições de participação

1. Ser uma empresa ou conjunto de empresas associada(a) da Associação Turismo do Algarve (ATA), com sede social em território nacional, com as quotas e/ou dívidas regularizadas.
2. Ser uma empresa privada associada sem financiamento público no seu capital social.
3. Estar registada no RNT (RNET, RNAL, RNAAT ou RNAVT).
 - a) *Sob proposta e decisão da Direção da ATA, poderão ser aceites PCVs de empresas associadas sem registo no RNT, desde que comprovadamente sejam do interesse da região e promovam empreendimentos, ou outros, de reconhecido interesse para o destino.*
4. Ter a situação regularizada perante a Administração Fiscal, a Segurança Social e o Turismo de Portugal.
5. Efetuar um investimento mínimo de €10.000 e máximo de €60.000.
 - a) *Se o valor total destinado ao financiamento dos PCVs não for atingido, o limite máximo de investimento será revisto em alta.*
 - b) *Se o valor total destinado ao financiamento dos PCVs for ultrapassado, o limite máximo de investimento será revisto em baixa.*
6. A contribuição financeira da empresa será exclusivamente monetária, e não em qualquer tipo de serviços, e a cada €1,00 investido pela empresa ou conjuntos de empresas, corresponderá um €1,00 de investimento por parte da ATA.
7. O incumprimento do acordo de promoção, dos prazos de pagamento, de qualquer alínea supra ou de alíneas do artigo 5.º do presente regulamento, será fator de exclusão, com efeitos no ano corrente, a partir da data do incumprimento, e de apresentação de PCV no ano subsequente.

Artigo 3.º

Candidaturas

1. A candidatura será formalizada através da apresentação de plano de ações, em conformidade com as regras do presente regulamento, utilizando os documentos específicos fornecidos pela Associação e dentro do prazo determinado para o efeito.
2. As ações promocionais constantes no plano a desenvolver, devem estar alinhadas com os objetivos estratégicos definidos pela ARPT Algarve (ATA) e respetivos mercados de atuação.
3. As ações que explicitamente estejam identificadas como conjuntas e/ou que agreguem mais do que uma única empresa candidata, terão preferência e terão aplicado um fator de ponderação de 1,3x, no cálculo do valor do apoio a conceder a cada empresa, caso se aplique o previsto no artigo 2º, número 5. b),

na determinação do apoio concedido a cada plano/empresa. Entende-se por ações conjuntas, aquelas que estão identificadas com a designação de cada empresa participante no plano de ações.

4. O financiamento do Plano candidatado deverá ser obrigatoriamente assegurado pelas empresas candidatas, nos 15 dias subsequentes à formalização do protocolo, no montante de 50% do investimento efetuado, sob pena de cancelamento da candidatura.

Artigo 4.º

Publicitação do Apoio

Em todas as ações desenvolvidas deve ser feita promoção da marca Algarve em vigor, com uso obrigatório de logótipo ou, quando não possível, da palavra Algarve em claro destaque, exceto se pela natureza da ação tal se revelar fisicamente impossível e tal exceção for previamente aprovada pela ATA. Nas redes sociais deverão ser utilizados: #algarvetourism, @algarvetourism e #visitalgarve, @visitalgarve.

Se nenhum destes pressupostos estiverem presentes nas evidências apresentadas, a ação não será validada, tendo que haver lugar à sua substituição.

Todo e qualquer suporte promocional (anúncios, *banners*, *spots*, decoração de stands, etc.) deverá ser previamente aprovado pela ATA, garantindo o cumprimento das condições de publicitação e elegibilidade e sua integração na execução do PCV.

Artigo 5.º

Execução

1. O acordo de promoção e respetivo financiamento deverão ser devidamente formalizados com a celebração de um protocolo entre a ATA e a empresa aderente.
2. Todas e quaisquer alterações efetuadas aos planos aprovados, no decorrer do ano, carecem de aprovação prévia da ATA, sendo-lhe dado conhecimento imediato de tal intenção de alteração.
3. As ações apresentadas apenas poderão promover estabelecimentos inscritos sob um associado na ATA.
4. As empresas com PCV aprovado ficam obrigadas a apresentar relatórios semestrais de execução, que devem ser remetidos à ATA nos 10 dias posteriores às datas de 30 de junho e 31 de dezembro.
 - a) *A ATA reserva-se o direito de solicitar esclarecimentos adicionais e/ou proceder a revisão/cativação de parte do apoio concedido a ações cujo valor de execução venha a exceder, em 25%, o valor médio de ações equivalentes, realizadas pela ATA ou noutros PCVs.*
5. A não apresentação dos relatórios e respetiva documentação (faturas, respetivos comprovativos de pagamento e evidências da realização das ações) no prazo previsto poderá determinar a rescisão do PCV ou ações não executadas e apresentadas até tais prazos, com atribuição do valor remanescente a outros interessados.

Artigo 6.º

Ações elegíveis

1. Campanhas de marketing, dirigidas ao consumidor final, utilizando canais e suportes promocionais adequados às orientações estratégicas do destino.
2. Ações conjuntas com Operadores Turísticos (campanhas de hardselling dirigidas ao consumidor final).
 - a) *O desenvolvimento de ações com Operadores Turísticos que recebam apoios diretos da ATA está condicionado e sujeito à aprovação prévia expressa, não podendo coincidir nos meios e/ou prazo de execução.*
3. Organização de Press/Fam Trips, cujo programa seja previamente aprovado pela ATA.

4. Participação em feiras internacionais, workshops e fóruns, em que não exista presença organizada pela RTA, ATA ou pelo Turismo de Portugal, sendo elegível apenas o aluguer espaço e respetiva decoração.
5. Promoção de eventos de cariz internacional, desde que a sua divulgação inclua os mercados estratégicos.
6. Despesas de deslocação das empresas (transporte, alojamento, refeições, comunicações e outras despesas geradas nas deslocações), para eventos promocionais e ações comerciais no estrangeiro (porta-a-porta), até ao máximo de 3 elementos.
7. Produção de material promocional para eventos específicos, devidamente contextualizados e validados pela equipa técnica da ATA, como vídeo, give aways e merchandising, de acordo com o Manual de Marca Algarve;
8. Produção de materiais destinados à distribuição nos eventos mencionados no ponto 4, incluindo traduções, apresentações digitais;
9. Participação em brochuras/catálogos de associações, operadores turísticos ou similares desde que não exceda 35% da totalidade do plano aprovado.
10. Caberá à Direção da ATA a análise e decisão de elegibilidade de ações pontuais, não indicadas neste protocolo, desde que as mesmas revelem estar em acordo com os critérios consonantes com a estratégia de promoção da região.

Artigo 7.º
Ações não elegíveis

1. Ações apoiadas financeiros pela ATA e/ou por outras fontes de financiamento, europeias ou nacionais (por ex. CRESC Algarve / Portugal 2030)
2. Apoio à organização de eventos, desde conceção à execução, incluindo a sua promoção.
3. Avenças (fees) relativa à contratação de agências de publicidade / RP e/ou consultoria.
4. Estudos técnicos.
5. Produção de websites, brochuras e similares.
6. Ações que tenham como objetivo a promoção de unidades de alojamento não classificadas.
7. Despesas com envio de materiais para eventos promocionais e despesas postais.
8. Despesas relacionadas com a participação em ações integradas no Plano de Marca e nos Planos de Produto e Mercado.
9. Ações de promoção dirigidas ao mercado português;
10. Ações de promoção de hotéis pertencentes ao mesmo grupo, ou localizados fora do Algarve;
11. Ações que não sejam relevantes para a promoção do destino.

Alterações aprovadas em reunião de Direção a 4 de fevereiro de 2022

O Presidente,
João Fernandes
