



Spelregels Stichting StadsMarketing Delfzijl 2019

Om in aanmerking te komen voor een financiële ondersteuning van uw evenement, dient u onderstaande spelregels in acht te nemen.

Wie kan een aanvraag indienen?

Ondernemers, verenigingen, stichtingen of organisaties die een activiteit of evenement organiseren in het centrum van Delfzijl.

Waar wordt de aanvraag op getoetst?

De aanvraag wordt getoetst aan de hand van een aantal criteria, zie volgende pagina.

Waar kan de aanvraag worden ingediend?

De aanvraag kan worden ingediend bij StadsMarketing Delfzijl, per e-mail aan info@stadsmarketingdelfzijl.nl

Waar moet de aanvraag minimaal aan voldoen?

Het aanvraagformulier dat gebruikt moet worden + bijbehorende stukken kunt u vinden op de website, www.delfzijl.groningen.nl/smd.

Wanneer moet de aanvraag worden ingediend?

De aanvraag moet uiterlijk 18 januari 2019 ingediend worden.

Hoe loopt de beslissing op de aanvraag?

Het bestuur en de adviescommissie beslissen aan de hand van de criteria over de ingediende voorstellen. Uiterlijk voor 1 februari van ieder jaar laat het bestuur weten of er een voorlopige bijdrage, en welk bedrag, beschikbaar wordt gesteld. Het bestuur kan aanvullende voorwaarden verbinden aan de toegekende bijdrage. Per activiteit kan maximaal € 2.500 worden uitgekeerd. Alleen in zeer uitzonderlijk gevallen kan het bestuur besluiten om hiervan af te wijken, mits het voltallige bestuur en adviescommissie het unaniem eens is met deze beslissing. Voorafgaand aan het evenement wordt maximaal 80% van het toegekende bedrag als voorschot uitbetaald. Bijdragen van € 500 en lager worden ineens uitgekeerd.

Moet er een verslag van de activiteiten worden gemaakt?

Binnen drie maanden na afloop van het evenement moet er verantwoording van het evenement worden afgelegd. Deze verantwoording moet ten minste de volgende gegevens bevatten:

- Een kort inhoudelijk verslag waaruit onder meer blijkt hoe succesvol de activiteit is geweest
- Een sluitende eindafrekening van alle kosten en baten en vermelding van eindsaldo
- Voorbeelden van publiciteit
- Ingevuld evaluatieformulier

Het bestuur zal bij de beoordeling van de evaluatie aandacht besteden aan de financiële afrekening in relatie tot de begroting bij deze aanvraag. Er zal gelet worden op de manier waarop de organisatie heeft gezorgd voor publiciteit voor het evenement en of de middelen die geraamd waren, zijn ingezet. Na een positieve beoordeling door het bestuur en de adviescommissie, wordt de bijdrage pas definitief vastgesteld. SMD behoudt zich het recht (bijvoorbeeld bij een positief saldo van de eindafrekening) (een deel van) de restbetaling niet uit te keren.

Wat doet SMD als uw activiteit niet doorgaat?

Als uw activiteit niet doorgaat, dient u daarvan direct melding te maken zodat (SMD) de reeds toegekende bijdrage kan terugvorderen.



Hoe weet u of uw aanvraag wordt toegewezen of afgewezen?

SMD zal de aanvrager in een gemotiveerd besluit de toewijzing, dan wel afwijzing van de financiële bijdrage, kenbaar maken.

Publicaties rond uw activiteit

Het SMD-budget wordt opgebracht door de ondernemers/bedrijven uit het centrum van Delfzijl. Ondernemers/bedrijven betalen reclamebelasting aan de gemeente Delfzijl. De gemeente keert jaarlijks de opbrengst van die belasting uit aan SMD. Daarom moet in publicaties van activiteiten (flyers, posters, advertenties) het SMD-logo worden opgenomen. Het logo mag niet in andere dan de voorgeschreven kleuren worden gebruikt. In het aanvraagformulier dient u aan te geven welke middelen u inzet voor publiciteit. Uw activiteit moet tevens worden aangemeld worden bij de Top van Groningen voor vermelding voor de jaarkalender en de website.



Criteria

1. Zijn alle benodigde stukken ontvangen?

- Een volledig ingevuld aanvraagformulier met eventueel een projectplan, maar in ieder geval met een uitgewerkt programma
- Een sluitende begroting van kosten en baten. Hierin moet zijn opgenomen bij welke andere partijen subsidie/sponsoring is aangevraagd en wat de status van de aanvraag is.

Toelichting:

Als niet alle benodigde stukken zijn ontvangen, of de aanvraag is onvoldoende duidelijk, krijgt de inzender het verzoek deze aan te vullen. Zijn stukken niet ontvangen voor de gestelde deadline dan kan de aanvraag niet in behandeling worden genomen.

2. Hoe groot is de kans op succes?

Dit is mede afhankelijk van het dekkingsplan (voldoende financiële middelen), de voorgenomen publiciteit, het draagvlak in de samenleving, de voorgeschiedenis van de activiteit.

3. Heeft uw activiteit verbinding met andere activiteiten lokaal en regionaal?

Activiteiten die in hetzelfde weekend, dezelfde periode of op dezelfde dag plaatsvinden en samenwerken, bijvoorbeeld organisatorisch, in de vorm van publiciteit of thema, hebben meerwaarde.

4. Past de activiteit bij het imago dat Delfzijl uit wil stralen?

Dit is het sturingsmechanisme richting de activiteitenagenda. In het PR-plan van SMD is omschreven wat de pijler van Delfzijl is.

5. Is de activiteit belangrijk voor de binding van het publiek dat Delfzijl trekt?

Een activiteit is waardevol wanneer het een inmiddels bestaand (trouw) publiek weet aan te spreken. Dit moet blijken uit de aanvraag of het activiteitenplan

6. Is de activiteit in staat nieuw publiek naar Delfzijl te trekken?

Een activiteit is waardevol wanneer het een inmiddels bestaand (trouw) publiek weet aan te trekken. Het is echter nog waardevoller wanneer het een nieuw publiek weet aan te spreken. Uit de aanvraag moet blijken hoe nieuw publiek wordt bereikt.

7. Geeft de activiteit commerciële winstkansen voor winkeliers?

Zorgt de activiteit voor (extra) inkomsten voor de winkeliers en ondernemers in Delfzijl? Alle ondernemers/bedrijven van Delfzijl financieren indirect de activiteiten door het betalen van reclamebelasting. De reclamebelasting is het geld dat SMD kan uitgeven voor het financieel ondersteunen van activiteiten. Voor het kunnen innen van de reclamebelasting en het draagvlak van SMD is het belangrijk dat ondernemers/bedrijven merken dat een activiteit publiek oplevert dat bijdraagt aan de (extra) inkomsten. De activiteit vergroot dus de commerciële winstkansen. Activiteiten die buiten winkelopeningstijden plaatsvinden leveren niet altijd winst op voor winkeliers.

8. Geeft de activiteit commerciële winstkansen voor horecaondernemers?

Zorgt de activiteit voor (extra) inkomsten voor de horecaondernemers in Delfzijl. Ook de horecaondernemers betalen reclamebelasting en financieren daarmee indirect de activiteiten.

9. Heeft uw activiteit een publiciteitsplan?

Als u zorgt voor voldoende publiciteit kan dat zorgen voor meer (nieuw) publiek. Publiek zorgt voor (extra) inkomsten van (horeca) ondernemers en bekendheid van Delfzijl. Vermelding op de jaarlijkse evenementenkalender van Top van Groningen is een basisvereiste, publiciteit in de regio is waardevol,



publiciteit op grotere schaal (buiten de regio, landelijk of grensoverschrijdend is meer waardevol.