

Nadere subsidieregels Branding Limburg 2020

Gedeputeerde Staten van Limburg

maken ter voldoening aan het bepaalde in de Provinciewet en de Algemene Subsidieverordening Provincie Limburg 2017 e.v. bekend dat zij in hun vergadering van 27 oktober 2020 hebben vastgesteld:

NADERE SUBSIDIEREGELS BRANDING LIMBURG 2020

Hoofdstuk 1 Algemene bepalingen

Artikel 1 Begripsomschrijvingen

1. Branding: het creëren van naamsbekendheid en imago c.q. reputatie.
2. Call: een afgebakende termijn waarbinnen subsidieaanvragen kunnen worden ingediend, passend binnen een inhoudelijk thema.
3. Marketing: de wijze waarop iemand zichzelf, zijn/haar diensten en/of producten aanpast aan de behoeften en wensen van zijn/haar klanten.
4. Onderscheidend vermogen: de wijze waarop een merk, regio, product en/of dienst zich onderscheidt van de concurrentie.
5. Project: een in tijd afgebakend geheel van activiteiten met een duidelijk geformuleerd doel en eindresultaat. Een project kan ook een event of product zijn.
6. Propositieverhaal: het Limburgse merkverhaal: de overkoepelende paraplu die inhoudelijke samenhang creëert tussen branding, marketing en communicatie van de Nederlandse provincie Limburg zoals nader beschreven in de toelichting bij deze nadere subsidieregels.
7. Samenwerking: in gezamenlijkheid en op basis van gelijkwaardigheid tussen aanvrager en één of meerdere partners te komen tot een betere inhoud en uitvoering van het project. Deze samenwerking dient niet alleen te bestaan uit het leveren van één of meerdere producten of diensten door één van de partijen aan de andere partij(en).
8. Vernieuwend: niet, of nog slechts in beperkte mate, eerder ontwikkeld en/of uitgevoerd.

Artikel 2 Doel van de regeling

Doel van deze regeling is het stimuleren van activiteiten binnen of buiten de Nederlandse provincie Limburg die het 'merk' Limburg inhoud en zichtbaarheid geven, in lijn met het propositieverhaal. Het accent ligt daarbij in 2020 op toerisme in combinatie met economisch en maatschappelijk herstel naar aanleiding van de Corona-crisis.

Artikel 3 Aanvrager

Voor subsidie kunnen uitsluitend privaatrechtelijke rechtspersonen in aanmerking komen.

Hoofdstuk 2 Criteria

Artikel 4 Adviescommissie Branding Limburg en werkwijze beoordeling aanvragen

Aanvragen die voldoen aan alle algemene subsidiecriteria zoals gesteld in artikel 5 worden voor advies voorgelegd aan de Adviescommissie Branding Limburg. Deze adviescommissie zal de aanvragen beoordelen conform de specifieke criteria behorende bij de betreffende call zoals benoemd in artikel 6.

De aanvragen zullen door de Adviescommissie Branding Limburg per specifiek criterium worden gescoord op de schaal zoals weergegeven in de bijlage behorend bij de betreffende call. De te geven punten corresponderen met de mate waarin de projecten voldoen aan de specifieke criteria van de betreffende call zoals opgenomen in artikel 6.

Hierbij zij opgemerkt dat alleen subsidieaanvragen die opgeteld ten minste 4 punten scoren, voor een subsidie in aanmerking komen.

De subsidieaanvragen worden vervolgens op basis van hun totaalscores door de Adviescommissie Branding Limburg onderling gerangschikt en ter besluitvorming aan Gedeputeerde Staten voorgelegd.

Gedeputeerde Staten beslissen op basis van voorgaande op de subsidieaanvraag met inachtneming van het beschikbare subsidieplafond voor de betreffende call waarbinnen de aanvragen zijn ingediend.

Artikel 5 Algemene subsidiecriteria

Alvorens een subsidieaanvraag wordt voorgelegd aan de Adviescommissie Branding Limburg zoals bedoeld in artikel 4, dient een project te voldoen aan de volgende algemene criteria:

1. Het project dient in algemene zin bij te dragen aan de positionering van Limburg als aantrekkelijke, onderscheidende regio, waar kwaliteit van leven centraal staat en daarbinnen dient het project bij te dragen aan de volgende doelstellingen:
 - a. het vergroten van de bekendheid en reputatie c.q. het versterken van het imago van Limburg als aantrekkelijke regio voor recreatie en toerisme; en
 - b. het profileren van de Nederlandse provincie Limburg als veilige en aantrekkelijke regio om te bezoeken, ook in corona-tijd;
2. Het project dient startklaar te zijn. Dat wil zeggen dat het project binnen 3 maanden na subsidieverlening dient te starten; en
3. Er dient binnen het project sprake te zijn van samenwerking.

Artikel 6 Specifieke subsidiecriteria

Call 1: 'Rust & Natuur'

Projecten in de eerste call dienen bij te dragen aan de positionering van de Nederlandse provincie Limburg als regio met toeristische waarde op het gebied van 'Rust & natuur'. Met als kernboodschap:

Zowel voor wandelaars, fietsers als natuurfijnproevers is de Nederlandse provincie Limburg de plek waar je moet zijn. Er is rust en ruimte. Onthaasten doe je in Limburg, juist ten tijde van Corona.

Om in aanmerking te komen voor een subsidie binnen de eerste call dient een project te voldoen aan de volgende specifieke criteria:

1. het project maakt de Nederlandse **Limburg** als regio van rust, ruimte en natuur **zichtbaar** voor toeristische doelgroepen van buiten de Nederlandse provincie Limburg;
2. het project weet het **onderscheidend vermogen** van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor wandelaars en/of fietsers en/of natuurliefhebbers **te vergroten**;
3. het project draagt bij aan het **verdienvermogen** van **ondernemers** in de Nederlands Limburgse **toeristische sector** in (en zo mogelijk ook: na) corona-tijd.

De mate waarin projecten voldoen aan de hiervoor genoemde specifieke criteria, wordt door de Adviescommissie Branding Limburg beoordeeld conform de gradaties met bijhorende punten zoals uitgewerkt in de beoordelingsschema's in bijlage 1.

Call 2: 'Cultuur en tradities'

Projecten in de tweede call dienen bij te dragen aan de positionering van de Nederlandse provincie Limburg als regio met toeristische waarde op het gebied van cultuur vanuit oude en nieuwe tradities. De kernboodschap luidt:

Of het nu gaat om geschiedenis, tradities of om kunst, muziek en theater: de Nederlandse provincie Limburg is een geweldige bestemming voor een cultureel bezoek op het platteland of in de stad. Ook in corona-tijd.

Om in aanmerking te komen voor een subsidie binnen de tweede call dient een project te voldoen aan de volgende specifieke criteria:

1. het project maakt de **cultuur en/of tradities** in de Nederlandse provincie Limburg ook in corona-tijd **toegankelijk** voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg;
2. het project weet het **onderscheidend vermogen** van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor een cultureel bezoek **te vergroten**, richting bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg;
3. het project draagt bij aan het **verdienvermogen** van **ondernemers** in de Nederlands Limburgse **culturele en/of toeristische sector** in (en zo mogelijk ook: na) corona-tijd.

De mate waarin projecten voldoen aan de hiervoor genoemde specifieke criteria, wordt door de Adviescommissie Branding Limburg beoordeeld conform de gradaties met bijhorende punten zoals uitgewerkt in de beoordelingsschema's in bijlage 2.

Artikel 7 Verplichting subsidieontvanger

Het project dient binnen drie maanden na subsidieverlening te starten.

Artikel 8 Afwijzingsgronden

In aanvulling op artikel 17 van de Algemene Subsidieverordening Provincie Limburg 2017 e.v., wordt de subsidieaanvraag afgewezen indien:

- a. het project niet aansluit bij de doelstelling van deze nadere subsidieregels zoals gesteld in artikel 2;
- b. de subsidieaanvraag niet is ingediend door een aanvrager zoals gesteld in artikel 3;
- c. niet wordt voldaan aan alle algemene criteria zoals gesteld in artikel 5;
- d. niet wordt voldaan aan alle specifieke criteria zoals omschreven in artikel 6 van de betreffende call waarbinnen de subsidie wordt aangevraagd. Een nulscore op één van de specifieke criteria leidt dan ook tot een afwijzing;
- e. aanvrager niet minimaal 4 punten scoort op de in artikel 6 opgenomen specifieke criteria voor de betreffende call waarbinnen subsidie wordt aangevraagd;
- f. de subsidieaanvraag niet compleet is ontvangen binnen de termijn van betreffende call waarbinnen de subsidieaanvraag is ingediend zoals vermeld in artikel 13;
- g. de Provincie Limburg hetzelfde project/dezelfde activiteiten al op een andere wijze subsidieert en/of financiert; en/of
- h. het te verstrekken subsidiebedrag lager is dan € 25.000,00.

Hoofdstuk 3 Financiële aspecten

Artikel 9 Subsidieplafond

1. Gedeputeerde Staten stellen het subsidieplafond van deze Nadere Subsidieregels Branding Limburg 2020 per call zoals gesteld in artikel 6 vast.
2. De wijze van verdeling van de per call beschikbare subsidiegelden gebeurt conform de werkwijze zoals omschreven in artikel 4.
3. Gedeputeerde Staten verdelen het bedrag van het subsidieplafond naar volgorde van rangschikking zoals bepaald door de Adviescommissie Branding Limburg. Het project dat de meeste punten scoort, komt als eerste in aanmerking voor subsidie, het project dat de op één na de meeste punten scoort, komt als tweede in aanmerking, enz.
4. In het geval dat meerdere subsidieaanvragen op eenzelfde puntenaantal zijn geëindigd en door honorering van deze aanvragen het subsidieplafond wordt overschreden c.q. deze niet allen binnen het subsidieplafond kunnen worden gehonoreerd, zal het te verdelen resterend subsidieplafond gelijkmatig worden verdeeld over de betreffende subsidieaanvragen.

Artikel 10 Subsidiebedrag

1. Het te verstrekken subsidiebedrag bedraagt maximaal € 75.000,00.
2. Subsidies kleiner dan € 25.000,00 worden niet verstrekt.

Artikel 11 Niet-subsidiabele kosten

Naast de in artikel 15, van de Algemene Subsidieverordening Provincie Limburg 2017 e.v. genoemde niet-subsidiabele kosten, zijn ook de volgende kosten niet subsidiabel. Het betreft kosten die gerelateerd zijn aan:

- reis- en verblijfkosten;
- deelname aan beurzen;
- consumptieve kosten (drank, eten, en dergelijke);
- onvoorziene uitgaven (post onvoorzien).

Hoofdstuk 4 Aanvraagprocedure

Artikel 12 Indienen aanvraag

1. Een subsidieaanvraag kan uitsluitend worden ingediend bij Gedeputeerde Staten met gebruikmaking van het standaard (digitaal) aanvraagformulier dat geplaatst is op de website van de Provincie Limburg: www.limburg.nl/subsidies > actuele subsidieregelingen.
2. Het standaard (digitaal) aanvraagformulier dient volledig ingevuld en rechtsgeldig ondertekend te worden en te zijn voorzien van alle bijlagen zoals aangegeven op het formulier en dient te worden verzonden naar het op het aanvraagformulier aangegeven adres (Gedeputeerde Staten van Limburg, Cluster Subsidies, Postbus 5700, 6202 MA Maastricht), dan wel digitaal middels e-herkenning (aanvragen van organisaties) te worden ingediend. Een aanvraag per e-mail is niet mogelijk.

Artikel 13 Termijn voor indienen aanvraag

1. De subsidieaanvraag binnen call 1 kan worden ingediend vanaf 6 november 2020 en dient uiterlijk 11 december 2020 compleet te zijn ontvangen door Gedeputeerde Staten.

2. De subsidieaanvraag binnen call 2 kan worden ingediend vanaf 14 december 2020 en dient uiterlijk 22 januari 2021 compleet te zijn ontvangen door Gedeputeerde Staten.
3. Voor de datum van ontvangst is de datum van de ontvangststempel van de Provincie Limburg bepalend en bij digitale aanvragen de datum van digitale ontvangst.

Hoofdstuk 5 Slotbepalingen

Artikel 14 Hardheidsclausule

1. In alle gevallen waarin deze regeling niet voorziet beslissen Gedeputeerde Staten.
2. Indien toepassing van het bepaalde in deze regeling, naar het oordeel van Gedeputeerde Staten, tot kennelijke onbillijkheden leidt, dan kunnen Gedeputeerde Staten van enige bepaling afwijken.

Artikel 15 Inwerkingtreding, beëindiging en citeertitel

1. Deze Nadere subsidieregels treden in werking met ingang van de dag na de dag van publicatie in het Provinciaal Blad.
2. Deze Nadere subsidieregels vervallen met ingang van 1 april 2021, met dien verstande dat zij van toepassing blijven op subsidieaanvragen die vóór die datum zijn ontvangen door Gedeputeerde Staten en subsidiebesluiten die vóór die datum zijn genomen, ook voor de volgende stappen in het subsidietraject.
3. Deze regeling kan worden aangehaald als 'Nadere subsidieregels Branding Limburg 2020'.

Aldus besloten in de vergadering van Gedeputeerde Staten, gehouden op 27 oktober 2020.

*Gedeputeerde Staten voornoemd
de voorzitter,
de heer drs. Th.J.F.M. Bovens*

*secretaris,
de heer drs. G.H.E. Derks MPA*

Bijlage 1 Beoordelingsschema's Call 1 'Rust en Natuur'

1. Het project maakt de Nederlandse provincie **Limburg** als regio van rust, ruimte en natuur **zichtbaar** voor toeristische doelgroepen van buiten de Nederlandse provincie Limburg.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Goed	2	Het project maakt de Nederlandse provincie Limburg als regio van rust, natuur en ruimte zichtbaar voor meerdere toeristische doelgroepen buiten de Nederlandse provincie Limburg.
Voldoende	1	Het project maakt de Nederlandse provincie Limburg als regio van rust, natuur en ruimte zichtbaar voor één toeristische doelgroep buiten de Nederlandse provincie Limburg.
Onvoldoende	0	Het project maakt de Nederlandse provincie Limburg als regio van rust, ruimte en natuur niet zichtbaar voor toeristische doelgroepen buiten de Nederlandse provincie Limburg. De aanvraag wordt daarom afgewezen.

2. Het project weet het **onderscheidend vermogen** van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor wandelaars en/of fietsers en/of natuurliefhebbers **te vergroten**.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Goed	3	Het project is dusdanig vernieuwend dat het door zijn aard en impact een uitzonderlijke bijdrage levert aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor één of meerdere doelgroepen (wandelaars en/of fietsers en/of natuurliefhebbers).
Ruim voldoende	2	Het project levert een bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor meerdere doelgroepen (wandelaars en/of fietsers en/of natuurliefhebbers).
Voldoende	1	Het project levert een bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor één van de doelgroepen (wandelaars, fietsers of natuurliefhebbers).
Onvoldoende	0	Het project levert geen bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor noch wandelaars, noch fietsers, noch natuurliefhebbers. De aanvraag wordt daarom afgewezen.

3. Het project draagt bij aan het **verdienvermogen** van **ondernemers** in de Nederlands Limburgse **toeristische sector** in (en zo mogelijk ook: na) corona-tijd.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse toeristische sector, op een wijze die in Nederland vernieuwend is en die ook na corona-tijd haar waarde behoudt.
Goed	2	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse toeristische sector in corona-tijd, op een wijze die voor de Nederlandse provincie Limburg vernieuwend is.
Voldoende	1	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse toeristische sector in corona-tijd.
Onvoldoende	0	Het project draagt niet bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse toeristische sector in corona-tijd. De aanvraag wordt daarom afgewezen.

Bijlage 2 Beoordelingsschema's Call 2 'Cultuur en tradities'

1. Het project maakt de cultuur en/of tradities in de Nederlandse provincie Limburg ook in corona-tijd toegankelijk voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	Het project maakt de Nederlands Limburgse cultuur en/of tradities ook in corona-tijd toegankelijk voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg, op een wijze die in Nederland vernieuwend is en die ook na corona-tijd haar waarde behoudt.
Goed	2	Het project maakt de Nederlands Limburgse cultuur en/of tradities ook in corona-tijd toegankelijk voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg, op een wijze die voor de Nederlandse provincie Limburg vernieuwend is.
Voldoende	1	Het project maakt de Nederlands Limburgse cultuur en/of tradities ook in corona-tijd toegankelijk voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg.
Onvoldoende	0	Het project biedt geen aanpak om de Nederlands Limburgse cultuur en/of tradities ook in corona-tijd toegankelijk te maken voor bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg. De aanvraag wordt daarom afgewezen.

2. Het project weet het **onderscheidend vermogen** van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor een cultureel bezoek **te vergroten**, richting bezoekers van binnen en/of buiten de Nederlandse provincie Limburg.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Goed	2	Het project levert een bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor een cultureel bezoek, richting beide doelgroepen (bezoekers van binnen EN van buiten de Nederlandse provincie Limburg).
Voldoende	1	Het project levert een bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor een cultureel bezoek, richting één van de doelgroepen (bezoekers van binnen OF van buiten de Nederlandse provincie Limburg).
Onvoldoende	0	Het project levert geen bijdrage aan het vergroten van het onderscheidend vermogen van de Nederlandse provincie Limburg als toeristische bestemming voor een cultureel bezoek. De aanvraag wordt daarom afgewezen.

3. Het project draagt bij aan het **verdienvermogen** van **ondernemers** in de Nederlands Limburgse **culturele en/of toeristische sector** in (en zo mogelijk ook: na) corona-tijd.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse culturele en/of toeristische sector, op een wijze die in Nederland vernieuwend is en die ook na corona-tijd haar waarde behoudt.
Goed	2	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse culturele en/of toeristische sector in corona-tijd, op een wijze die voor de Nederlandse provincie Limburg vernieuwend is.
Voldoende	1	Het project draagt bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse culturele en/of toeristische sector in corona-tijd.

Onvoldoende	0	Het project draagt niet bij aan het verdienvermogen van ondernemers in de Nederlands Limburgse toeristische sector in corona-tijd. De aanvraag wordt daarom afgewezen.
-------------	---	--

Toelichting Nadere subsidieregels Branding Limburg

Met deze regeling geeft het College van Gedeputeerde Staten mede invulling aan de motie van Provinciale Staten van 3 november 2017 om te komen tot een nieuwe aanpak voor een integrale communicatie- en brandingsstrategie. Het College heeft de motie overgenomen en aan de Staten in juni 2018 de 'Herziene integrale strategie rondom Branding Limburg' en in februari 2019 de 'Notitie Concretisering Adviescommissie Branding Limburg' voorgelegd. Beide notities vormen mede de basis voor de uitwerking van deze regeling. Centraal in deze notities staat het geformuleerde propositieverhaal van de Nederlandse provincie Limburg.

Nadat heel Limburg jaren primair als internationale, grensoverschrijdende regio is gepositioneerd, is de nieuwe aanpak verbreed. Het is de ambitie om Limburg daarenboven neer te zetten als een regio met een herkenbaar eigen karakter, een regio waar verbinding en bezieling tastbaar zijn in een sterk gefundeerde kwaliteit van leven. Het nieuw geformuleerde propositieverhaal ('het verhaal van Limburg'), is gestoeld op een zevental bouwstenen:

1. 'Work-life-balance': de Limburgse grondslag voor kwaliteit van leven;
2. Voor heel Limburg: een gedeelde identiteit met daarbinnen ruimte voor specifieke steden en regio's om te 'schitteren' op hun sterke punten;
3. Grensligging maakt sterker: Limburg ligt in het hart van een internationale regio. Dat maakt Limburg sterker en dus ook Nederland sterker;
4. Eigenheid en kennis(gedreven) economie: Bronsgroen én Brightlands;
5. (Hervonden) zelfvertrouwen: Limburg en de Limburgers vinden steeds nadrukkelijker een
 - a. zelfbewuste toon;
6. Golf van innovatie: Het bewijs dat de 'triple helix' in Limburg werkt;
7. Identiteit krijg je cadeau: Als Limburger krijg je een identiteit cadeau, terwijl in de rest van het land menigeen juist op zoek is naar zo'n identiteit.

Propositieverhaal

Typisch Limburg

'Limburg. Die eigenninnige regio aan de rand van het land en in het hart van Europa. Waar ze als geen ander begrijpen dat toekomst niet zonder historie kan. Dat tradities, cultuur en een eigen taal zorgen voor de saamhorigheid die nodig is om vooruit te komen. Om met bezieling verbinding te kunnen maken en pragmatisch nieuwe wegen in te slaan. Het is precies waar velen in Nederland en Europa naar op zoek zijn: verbondenheid, eigenheid en balans. In Limburg is het volop voorhanden, voor iedereen.

Want dat typische Limburgse is heus niet alleen weggelegd voor wie hier geboren is. Integendeel: het raakt je zodra je hier bent. Als toerist voel je 'm in de gastvrijheid van de mensen, de energieke charme van de steden en de rust van het lieflijke Maas- en Heuvelland. Maar je leert hem pas echt goed kennen als je in Limburg komt wonen, werken, ondernemen of studeren. Dan ervaar je de volle kwaliteit van het goede leven, waarin uitstekende carrièrekansen hand in hand gaan met betaalbaar en aangenaam wonen, bloeiende cultuur en excellent onderwijs. Een open uitnodiging om actief mee te doen: samen Limburg te maken.

Dat opent een wereld aan mogelijkheden, in een omgeving die vanwege z'n ligging gewend is om grensoverschrijdend te denken en doen. Het huidige Europa is niet voor niets in Maastricht geboren. In Limburg worden lokale rust en mondiale dynamiek in één regio gevangen, met volop kansen om mede aan de wieg te staan van innovaties en ontwikkeling. In de opbloeiende kennisgedreven industrie bijvoorbeeld. Of op onze Brightlands-campussen, waar oplossingen worden gevonden voor wereldwijde vraagstukken op het gebied van gezondheid, voeding, chemie en digitalisering. Zo raakt de ziel van Limburg het hart van de wereld.'

Adviescommissie Branding Limburg

Voor de uitvoering van 'Vervolgaanpak Limburg Branding' is de Adviescommissie Branding Limburg ingesteld. De Adviescommissie vervult een sleutelfunctie in de aanpak en werkwijze die de Provincie ten aanzien van branding wil gaan hanteren. De Adviescommissie bestaat uit vertegenwoordigers van relevante maatschappelijke domeinen in heel Limburg, naast experts op het gebied van (regio)branding en (city)marketing. Samen adviseren zij het College van Gedeputeerde Staten over de te volgen inhoudelijke koers en de toekenning van subsidies aan partijen die willen bijdragen aan het versterken van het 'merk' Limburg.

De Nadere Subsidieregels Branding Limburg worden in deze vorm dit najaar 2020 voor het eerst vastgesteld. De thematiek voor de eerste 2 calls in 2020 is gebaseerd op de aangenomen PS-motie 'Extra toeristische promotie Limburg', die een koppeling van het thema toeristische promotie met deze 2 brandingscalls voorstaat.

Artikelsgewijze toelichting

Artikel 10, eerste lid:

Mocht onverhoopt blijken dat de provinciale subsidie in de heffing van omzetbelasting moet worden betrokken dan is het maximaal verstrekte subsidiebedrag inclusief btw.