

Nadere subsidieregels Branding Limburg 2021 - 2022

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 30 november 2021 hebben vastgesteld:

NADERE SUBSIDIEREGELS BRANDING LIMBURG 2021-2022

Hoofdstuk 1 Algemene bepalingen

Artikel 1 Begripsomschrijvingen

1. Branding: het creëren en vergroten van naamsbekendheid en het verbeteren van imago c.q. reputatie.
2. Doelgroep: 20 tot 40-jarigen uit Nederland of de Limburgse grensregio's die mbo, hbo of wo opgeleid zijn en (potentieel) werkzaam of ondernemend zijn in de sectoren / op de thema's gezondheid, voeding, hospitality, procesindustrie, duurzame materialen, kunstmatige intelligentie, automotieve of logistiek.
3. Eigen bijdrage: het aandeel in de totale subsidiabele kosten dat door de subsidieaanvrager (al dan niet afkomstig van derden) wordt ingebracht;
4. Marketing: de wijze waarop iemand zichzelf, zijn/haar diensten en/of producten aanpast aan de behoeften en wensen van zijn/haar klanten.
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. Uitvoeringsgereed: de uitvoering - niet zijnde onderzoeks- en/of voorbereidingshandelingen - van het project start uiterlijk binnen twee maanden na subsidieverlening.
9. Vernieuwend: niet, of nog slechts in beperkte mate, eerder ontwikkeld en/of uitgevoerd.

Artikel 2 Doel van de regeling

Doel van de branding-inspanningen van de Provincie Limburg 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. In het kader van deze nadere subsidieregels ligt het accent bij activiteiten die positief bijdragen aan het imago en de reputatie van de provincie Limburg als innovatieve (arbeidsmarkt)regio waar volop kansen zijn voor talent. Met als doel eigen talent voor de regio te behouden en nieuw talent aan te trekken.

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 bijlage 1. De te geven punten corresponderen met de mate waarin de projecten voldoen aan de specifieke criteria zoals opgenomen in artikel 6.

Hierbij zij opgemerkt dat alleen subsidieaanvragen die opgeteld ten minste 6 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 zich expliciet te richten op de in artikel 1 genoemde doelgroep;
2. het project dient uitvoeringsgereed te zijn;
3. de eigen bijdrage van de subsidieaanvrager mag voor maximaal 30% bestaan uit "in kind" bijdragen.
4. Het project voorziet in een systematiek om het effect van de voorgestelde activiteiten te meten.

Artikel 6 Specifieke subsidiecriteria

Om in aanmerking te komen voor een subsidie dient een project te voldoen aan de navolgende specifieke criteria.

1. De voorgestelde activiteiten **sluiten aantoonbaar aan bij specifieke unieke kenmerken** van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio waar volop kansen zijn voor talent.
2. De aanvraag toont aan dat de voorgestelde activiteiten de doelgroep zowel op inhoud als op vorm en aanpak **aanspreken** en weten te **bereiken**.
3. De voorgestelde activiteiten hebben een **aantoonbare positieve impact op het beeld** dat de doelgroep heeft van de Nederlandse provincie Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen, dan wel gevestigd te blijven.

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 beoordelingschema's in bijlage 1.

Artikel 7 Verplichting subsidieontvanger

De voorgestelde activiteit(en) dient uitvoeringsgereed te zijn.

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. Een nulscore op één van de specifieke criteria leidt dan ook tot een afwijzing;
- e. aanvrager niet minimaal 6 punten scoort op de in artikel 6 opgenomen specifieke criteria;
- f. de subsidieaanvrager reeds subsidie in het kader van de Nadere Subsidieregels Branding Limburg 2021-2022 heeft ontvangen. Indien op basis van de rangschikking meerdere aanvragen van dezelfde subsidieaanvrager voor subsidie in aanmerking komen, zal het project met de hoogste score worden gehonoreerd en de overige(n) afgewezen.
- g. de subsidieaanvraag niet compleet is ontvangen binnen de termijn zoals vermeld in artikel 13;
- h. de Provincie Limburg hetzelfde project/dezelfde activiteiten al op een andere wijze subsidieert en/of financiert; en/of
- i. het te verstrekken subsidiebedrag lager is dan € 50.000,00 of hoger dan € 100.000,00.

Hoofdstuk 3 Financiële aspecten

Artikel 9 Subsidieplafond

1. Gedeputeerde Staten stellen het subsidieplafond van deze Nadere Subsidieregels Branding Limburg 2021-2022 vast.
2. De wijze van verdeling van de 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 alle binnen het subsidieplafond kunnen worden gehonoreerd, dan wordt door middel van openbare loting bepaald welke aanvraag of aanvragen gehonoreerd worden.
5. De loting als bedoeld in het vorige lid vindt plaats in aanwezigheid van een notaris en ten minste 2 waarnemers en is openbaar. Het resultaat van de loting wordt schriftelijk vastgelegd.

Artikel 10 Subsidiebedrag

1. Het te verstrekken subsidiebedrag bedraagt maximaal 70% van de subsidiabele kosten met een maximum van € 100.000,00.
2. Subsidies kleiner dan € 50.000,00 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

In aanvulling op artikel 11 van de Algemene Subsidieverordening Provincie Limburg 2017 e.v., dient een subsidieaanvraag in elk geval te voldoen aan het volgende:

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. 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 kan worden ingediend vanaf 21 december 2021 en dient uiterlijk 31 januari 2022 compleet te zijn ontvangen door Gedeputeerde Staten.
2. 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 Inwerkingtreding, beëindiging en citeertitel

1. Deze Nadere subsidieregels treden in werking op 21 december 2021.
2. Deze Nadere subsidieregels vervallen met ingang van 1 april 2022, met dien verstande dat zij van toepassing blijven op subsidieaanvragen die vóór die datum zijn ontvangen en subsidiebesluiten die vóór die datum zijn genomen door Gedeputeerde Staten, ook voor de volgende stappen in het subsidietraject.
3. Deze regeling kan worden aangehaald als 'Nadere subsidieregels Branding Limburg 2021-2022'.

Aldus besloten in de vergadering van Gedeputeerde Staten, gehouden op 30 november 2021.

Gedeputeerde Staten voornoemd

*de voorzitter,
de heer J.W. Remkes*

*secretaris,
drs. T.H.C. Schulpen*

Bijlage 1 Beoordelingsschema's artikel 6

1. De voorgestelde activiteiten **sluiten aantoonbaar aan bij specifieke unieke kenmerken** van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio waar volop kansen zijn voor talent.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	De aanvraag benoemt en onderbouwt specifieke unieke kenmerken van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio, de voorgestelde activiteiten sluiten daar aantoonbaar goed op aan en zijn aantoonbaar vernieuwend.
Goed	2	De aanvraag benoemt en onderbouwt specifieke unieke kenmerken van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio en de voorgestelde activiteiten sluiten daar aantoonbaar goed op aan.
Voldoende	1	De aanvraag benoemt en onderbouwt specifieke unieke kenmerken van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio, maar de voorgestelde activiteiten sluiten daar slechts in beperkte mate op aan.
Onvoldoende	0	De aanvraag benoemt geen specifieke unieke kenmerken van de Nederlandse provincie Limburg als innovatieve regio, dan wel weet deze niet of onvoldoende te onderbouwen.

2. De aanvraag toont aan dat de voorgestelde activiteiten de doelgroep zowel op inhoud als op vorm en aanpak **aanspreken** en weten te **bereiken**.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	De voorgestelde activiteiten zijn dermate vernieuwend op inhoud en aanpak en vorm dat zij de doelgroep aantoonbaar op een uitzonderlijk effectieve wijze aanspreken en weten te bereiken.
Goed	2	De voorgestelde activiteiten weten door inhoud en vorm en aanpak de beoogde doelgroep aantoonbaar aan te spreken en te bereiken.
Voldoende	1	De voorgestelde activiteiten weten door inhoud of vorm of aanpak de beoogde doelgroep aantoonbaar aan te spreken en te bereiken.
Onvoldoende	0	De aanvraag toont niet aan dat de voorgestelde activiteiten de beoogde doelgroep weten aan te spreken of te bereiken.

3. De voorgestelde activiteiten hebben **een aantoonbare positieve impact op het beeld** dat de doelgroep heeft van de Nederlandse provincie Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen, dan wel gevestigd te blijven.

WAARDERING	PUNT	TOELICHTING
Uitstekend	3	De voorgestelde activiteiten hebben op basis van feitelijke onderbouwing een aantoonbaar structurele positieve impact op het beeld dat de doelgroep heeft van Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen dan wel gevestigd te blijven. De aanvraag geeft nadrukkelijk blijk van de wijze waarop deze structurele doorwerking bereikt kan worden (duurzame bijdrage aan beeldvorming).
Goed	2	De voorgestelde activiteiten hebben op basis van feitelijke onderbouwing aantoonbaar niet alleen gedurende de projectperiode maar ook in de zes maanden erna een positieve impact op het beeld dat de doelgroep heeft van Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen dan wel gevestigd te blijven.
Voldoende	1	De aanvraag maakt op basis van feitelijke onderbouwing aannemelijk dat de voorgestelde activiteit(en) gedurende de projectperiode een positieve impact hebben op het beeld dat de doelgroep heeft van de Nederlandse provincie Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen dan wel gevestigd te blijven.

Onvoldoende	0	De aanvraag toont niet of onvoldoende aan dat de voorgestelde activiteit(en) een positieve impact hebben op het beeld dat de doelgroep heeft van de Nederlandse provincie Limburg als aantrekkelijke innovatieve regio om zich te vestigen dan wel gevestigd te blijven.
-------------	---	--

Bijlage 2

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 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 eigenzinnige 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 in Maastricht, Sittard-Geleen, Venlo en Heerlen, 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, over merkontwikkeling in brede zin en de toekenning van subsidies aan projecten/partijen die daar invulling aan geven en willen bijdragen aan het versterken van het 'merk' Limburg.

Ten aanzien van dat laatste worden jaarlijks calls uitgeschreven waarin telkens een specifiek thema centraal staat dat bijdraagt aan het versterken van het imago en de reputatie. De Nadere Subsidieregels

Branding Limburg zijn in deze vorm in het najaar 2020 voor het eerst vastgesteld. De bijbehorende eerste twee calls zijn in 2020 uitgezet en in de eerste helft van 2021 afgewikkeld. Thans ligt de volgende call voor waartoe de Nadere Subsidieregels Branding Limburg 2021-2022 zijn opgesteld.

Artikelsgewijze toelichting

Berekeningen subsidiebedrag, eigen bijdrage en maximaal "in kind"-bijdragen (artikel 5 onder 3, artikel 10 eerste lid en artikel 11) uitgaande van het maximale en minimale bedrag aan subsidie.

Rekenvoorbeeld 1

Totale projectkosten		€ 152.857,14
Niet subsidiabele kosten (artikel 11)	€ 10.000,00	
Subsidiabele kosten	€ 142.857,14	
Maximaal subsidiebedrag artikel 10 lid 1		€ 100.000,00
Eigen bijdrage (minimaal 30% van totale subsidiabele projectkosten) exclusief niet subsidiabele kosten		€ 42.857,14
Maximum in-kind aandeel van eigen bijdrage 30% (artikel 5 onder 3)	€ 12.857,14	
Minimum out of pocket aandeel van eigen bijdrage 70% (artikel 5 onder 3)	€ 30.000,00	

Rekenvoorbeeld 2

Totale projectkosten		€ 81.428,57
Niet subsidiabele kosten (artikel 11)	€ 10.000,00	
Subsidiabele kosten	€ 71.428,57	
Maximaal subsidiebedrag artikel 10 lid 2		€ 50.000,00
Eigen bijdrage (minimaal 30% van totale subsidiabele projectkosten) exclusief niet subsidiabele kosten		€ 21.428,57
Maximum in-kind aandeel van eigen bijdrage 30% (artikel 5 onder 3)	€ 6.428,57	
Minimum out of pocket aandeel van eigen bijdrage 70% (artikel 5 onder 3)	€ 15.000,00	

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.