



HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

Predmet nabave:

USLUGA ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA

***TESTIRANJE KROVNOG KOMUNIKACIJSKOG KONCEPTA BIG IDEA TE
NOVOG VIZUALNOG IDENTITETA HRVATSKE KAO TURISTIČKE
DESTINACIJE***

HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA
Iblerov trg 10/IV, 10000 Zagreb, Hrvatska
e. istrazivanje.natjecaj@htz.hr w. www.hrvatska.hr

Zagreb, travanj 2023.

SADRŽAJ

1. UVOD	3
2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	3
3. SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA	5
4. METODOLOGIJA.....	6
5. OBVEZE IZVOĐAČA	6
6. OBVEZE NARUČITELJA	7
7. ROKOVI	7
8. OBAVEZAN SADRŽAJ PONUDE I POTREBNA DOKUMENTACIJA.....	7
9. KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE.....	9
10. NAČIN I ROK DOSTAVE PONUDE	9
11. NAČIN OBAVJEŠTAVANJA O REZULTATIMA POZIVA	10
12. ROK, NAČIN I UVJET PLAĆANJA	10
13. PROCJENJENA VRIJEDNOST NABAVE.....	10

1. UVOD

U skladu s temeljnim postavkama novog Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma (SMOPHT) u izradi, jedan od ključnih zadataka Hrvatske turističke zajednice je izbor krovnog komunikacijskog koncepta (Big Idea) te novog vizualnog identiteta Hrvatske kao turističke destinacije, koji će predstavljati okosnicu komunikacijskih/marketinških aktivnosti Hrvatske turističke zajednice u narednim godinama. Kako bi se odabrao optimalni krovni komunikacijski koncept te vizualni identitet, predviđeno je testiranje prijedloga na ključnim emitivnim tržištima.

Istraživanje uključuje projektni zadatak testiranja **krovnog komunikacijskog koncepta (Big Idea), vizualnog identiteta Hrvatske kao turističke destinacije i njihove sinergijske implementacije.**

2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

2.1. Projektni zadatak broj 1

Upitnik je predviđen u tri logičke cjeline:

2.1.1. Utvrditi optimalan prijedlog novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma, među predstavljanim inačicama rješenja (5 rješenja) – cjelina 1:

- prema kriterijima sviđanja, vjerodostojnosti i odgovaranja imidžu Hrvatske, jedinstvenosti i komparativnoj prednosti prijedloga krovnih komunikacijskih koncepata hrvatskog turizma u odnosu na druge destinacije
- prema kriteriju prihvatljivosti i podjednagog prihvaćanja prijedloga krovnih komunikacijskih koncepata hrvatskog turizma na svim emitivnim tržištima – harmoniziranost na različitim tržištima

2.1.1.1. Utvrditi elemente sviđanja i nesviđanja prijedloga krovnih komunikacijskih koncepata hrvatskog turizma

2.1.1.2. Utvrditi mjere i elemente poboljšanja prijedloga krovnih komunikacijskih koncepata hrvatskog turizma

2.1.2. Utvrditi optimalan prijedlog novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljanim inačicama rješenjima (10 rješenja) – cjelina 2:

- prema kriterijima privlačnosti i sviđanja, jedinstvenosti, pozitivnim i relevantnim asocijacijama te povezanosti uz percepciju Hrvatske kao turističke destinacije
- prema kriteriju prihvatljivosti i podjednagog prihvaćanja prijedloga logotipa na svim emitivnim tržištima – harmoniziranost na različitim tržištima

2.1.2.1. Utvrditi elemente sviđanja i nesviđanja prijedloga logotipa

2.1.2.2. Utvrditi mjere i elemente poboljšanja prijedloga logotipa

2.1.3. Utvrditi optimalan prijedlog kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljanim inačicama rješenja (rješenja) – cjelina 3:

- prema kriterijima sviđanja, vjerodostojnosti i odgovaranja imidžu Hrvatske, jedinstvenosti i komparativnoj prednosti prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa)
- prema kriteriju prihvatljivosti i podjednakog prihvaćanja prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa) na svim emitivnim tržištima – harmoniziranost na različitim tržištima

2.1.3.1. Utvrditi elemente sviđanja i nesviđanja kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa)

2.1.3.2. Utvrditi mjere i elemente poboljšanja prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa)

2.2. Projektni zadatak broj 2

2.2.1. Utvrditi optimalan prijedlog inačice finalnog rješenja novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljanim inačicama rješenja (do 10 rješenja)

- prema kriterijima sviđanja, vjerodostojnosti i odgovaranja imidžu Hrvatske, jedinstvenosti i komparativnoj prednosti prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i testiranih inačica novog vizualnog identiteta (logotipa)
- prema kriteriju prihvatljivosti i podjednakog prihvaćanja prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i testiranih inačica rješenja vizualnog identiteta (logotipa) na svim emitivnim tržištima – harmoniziranost na različitim tržištima

2.2.1.1. Utvrditi elemente sviđanja i nesviđanja kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i testiranih inačica rješenja novog vizualnog identiteta (logotipa)

2.2.1.2. Ocijeniti inačice rješenja novog vizualnog identiteta (logotipa) na zadanom setu tvrdnji – usklađenost sa setom temeljnih image atributa definiranih Strateškim marketinškim i operativnim planom hrvatskog turizma

2.2.1.3. Utvrditi mjere i elemente poboljšanja prijedloga kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i inačica rješenja novog vizualnog identiteta (logotipa)

3. SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA

3.1. Projektni zadatak broj 1

3.1.1. Utvrditi optimalan prijedlog novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma, među predstavljenim inačicama rješenja (5 rješenja) – cjelina 1:

- 3.1.1.1. Poznavanje Hrvatske kao turističke destinacije – poznavanje, interes, namjera, korištenje
- 3.1.1.2. Ocjena sviđanja prijedloga koncepta krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma – koncept, slogan, vizualna aplikacija na primjeru kampanje
- 3.1.1.3. Razlozi sviđanja i nesviđanja
- 3.1.1.4. Ocjene relevantnosti, vjerodostojnosti, jedinstvenosti, odgovaranja destinaciji prijedloga koncepta krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma – koncept, slogan
- 3.1.1.5. Ocjena utjecaja na imidž i komparativnu prednost – cjelokupan dojam temeljen na konceptu, ideji i primjeru kampanje

3.1.2. Utvrditi optimalan prijedlog novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljenim inačicama rješenja (10 rješenja) – cjelina 2

- 3.1.2.1. Ocjena sviđanja i jedinstvenosti prijedloga logotipa
- 3.1.2.2. Razlozi sviđanja i nesviđanja
- 3.1.2.3. Asocijacije vezane uz prijedloge logotipa
- 3.1.2.4. Utjecaj na imidž Hrvatske kao turističke destinacije

3.1.3. Utvrditi optimalan prijedlog kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljenim inačicama rješenja (5 rješenja) – cjelina 3:

- 3.1.3.1. Ocjena sviđanja i jedinstvenosti kombinacije novog krovnog komunikacijskog koncepta hrvatskog turizma i novog vizualnog identiteta (logotipa)

3.2. Projektni zadatak broj 2

3.2.1. Utvrditi optimalan prijedlog finalnog rješenja novog vizualnog identiteta (logotipa) među predstavljenim inačicama finalnog rješenja (do 10 rješenja)

- 3.2.1.1. Ocjena sviđanja i jedinstvenosti predstavljenih inačica logotipa
- 3.2.1.2. Razlozi sviđanja i nesviđanja predstavljenih inačica logotipa
- 3.2.1.3. Asocijacije vezane uz predstavljene inačice logotipa te usklađenost istih sa setom zadanih image atributa (tvrđnji)

3.2.1.4. Prijedlog poboljšanja inačica logotipa, s ciljem unaprjeđenja asocijativne vrijednosti i usklađenosti sa novim krovnim komunikacijskim konceptom hrvatskog turizma

4. METODOLOGIJA

Potrebno je provesti kvantitativno testiranje prijedloga krovnih komunikacijskih koncepata prema niže specificiranim kriterijima vezanim uz uzorak i mjerni instrument. Izvođač može predložiti korištenje određene metodologije prikupljanja podataka i promjena u nacrtu istraživanja uz odgovarajuću argumentaciju ukoliko predložene promjene utječu na poboljšanje kvalitete i/ili pouzdanosti istraživanja.

4.1. Prikupljanje podataka: CAWI metoda prikupljanja podataka

4.2. Tržišta: Austrija, Italija, Njemačka, Francuska, Ujedinjena Kraljevina, Švedska, Poljska i Nizozemska

4.3. Uzorak

- ukupan uzorak n=4.800, odnosno n=600 po pojedinom emitivnom tržištu
- slučajan uzorak turističke populacije emitivnog tržišta definirane kao oni pojedinci koji su ostvarili barem jedno putovanje u inozemstvo u proteklih godinu dana
- na tradicionalnim emitivnim tržištima (Austrija, Italija, Njemačka, Francuska) potrebno je prijedloge testirati kod turista koji imaju iskustvo s Hrvatskom kao turističkom destinacijom te se predlaže postavljanje kvota od 25% uzorka, odnosno n=150 ispitanika koji su u protekle 3 godine posjetili Hrvatsku
- Mjerni instrument
 - Projektni zadatak 1: upitnik do 45 pitanja, do 6 otvorenih odgovora, oko 25 min
 - Projektni zadatak 2: upitnik do 30 pitanja, do 2 otvorena odgovora, oko 15 min

5. OBVEZE IZVOĐAČA

- Izrada upitnika prema uputama Naručitelja
- Prijevod i prilagodba upitnika za različita tržišta
- Prikupljanje podataka
- Procesiranje i obrada podataka
- Toplines rezultati – rani rezultati koji uključuju ocjene za izdvojene karakteristike koje će naknadno biti definirane s Izvođačem
- Dostava tabelarnih rezultata (xls format)
- Izveštavanje i prezentiranje rezultata istraživanja s preporukama (ppt format)
- Nagrađivanje ispitanika (ukoliko je potrebno)

6. OBVEZE NARUČITELJA

- Detaljne informacije i upute o predmetu i ciljevima istraživanja
- Priprema testnih materijala (grafička priprema, prijevod testnih materijala – koncept, slogan)
- Upute i plan izvještaja rezultata istraživanja

7. ROKOVI

Projektni zadatak 1

Priprema istraživanja	svibanj 2023.
Dostava testnih materijala	svibanj 2023.
Prikupljanje podataka – teren	lipanj 2023.
Toplines rezultati	lipanj 2023.
Tabelarni rezultati/izvješće	lipanj 2023.

Projektni zadatak 2

Priprema istraživanja	lipanj 2023.
Dostava testnih materijala	lipanj 2023.
Prikupljanje podataka – teren	srpanj 2023.
Toplines rezultati	srpanj 2023.
Tabelarni rezultati/izvješće	srpanj 2023.

8. OBAVEZAN SADRŽAJ PONUDE I POTREBNA DOKUMENTACIJA

Ponuda mora sadržavati sljedeće:

1. Ciljeve i sadržaj istraživanja
2. Opis metodologije koja će se koristiti za provođenje istraživanja
3. Pregled i specifikaciju troškova za provođenje istraživanja
4. Rokove izvedbe razrađene prema fazama projekta
5. Dokaze sposobnosti

5.1. Dokaz financijske sposobnosti

5.1.1. Financijsko izvješće

- **Naziv dokaza sposobnosti:** Odgovarajuće financijsko izvješće ovjereno od bankarske ili financijske institucije.
- Ponuditelj mora dokazati da je njegov ukupni godišnji promet u posljednje tri financijske godine, koje prethode godini u kojoj je započeo postupak nabave (2022., 2021. i 2020.), bio jednak ili veći od **800.000 EUR**.

- Gore navedeni kriteriji moraju biti dokazivi iz financijskih izvješća Ponuditelj u službenoj verziji sukladno nacionalnom zakonodavstvu (bilanca te račun dobiti i gubitka za 2022., 2021. i 2020. godinu)

5.1.2. Stanje poreznog duga

- **Naziv dokaza sposobnosti:** potvrda Porezne uprave o stanju duga ili istovrijedne isprave nadležnog tijela zemlje sjedišta Ponuditelja.
- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** Ministarstvo financija – Porezna uprava, odnosno nadležno tijelo zemlje sjedišta Ponuditelja.
- **Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora dokazati da je ispunio obvezu plaćanja svih dospjelih poreznih obveza i obveza za mirovinsko i zdravstveno osiguranje. Ovaj dokaz sposobnosti ne smije biti stariji od 30 dana do dana objave Poziva.

5.1.3. Bonitet

- **Naziv dokaza sposobnosti:** Obrazac BON 1 ili drugi odgovarajući dokument financijskih institucija ili tijela ako je Ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske, a koji ima jednaku dokaznu snagu kao i traženi dokaz.
- Izvješće o solventnosti ponuditelja (BON 2 ili SOL-2 za glavni račun ili odgovarajuća potvrda zemlje sjedišta ponuditelja) u svrhu dokazivanja solventnosti ponuditelja iz kojeg je vidljivo da broj dana blokade glavnog računa ponuditelja u proteklih 6 mjeseci (računajući od dana sastavljanja obrasca) nije bio duži od 7 dana u kontinuitetu, odnosno ne više od 10 (deset) dana sveukupno za navedeno razdoblje.
- Ponuditelj je u obvezi dostaviti obrazac BON 2 ili SOL 2 na kojem mora od strane banke biti naznačeno da se radi o glavnom računu. Dokaz se dostavlja u preslici (elektronički izrađen dokument bez potpisa banke ne smatra se vjerodostojnim).
- **Vrijednosni pokazatelji dokaza sposobnosti:** Dokument izdan od bankarskih ili drugih financijskih institucija (Financijska agencija (FINA) ili nadležna banka, odnosno druga financijska institucija ili tijela ako je Ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske), kojim se dokazuje bonitet i solventnost Ponuditelja, iz kojeg je razvidno da broj dana blokade glavnog računa u proteklih 6 mjeseci (računajući od dana sastavljanja obrasca) nije bio duži od 7 dana u kontinuitetu, odnosno ne više od 10 (deset) dana sveukupno za navedeno razdoblje.

5.2. Dokaz pravne i poslovne sposobnosti

- **Naziv dokaza sposobnosti:** Isprava o upisu u poslovni, sudski (trgovački), strukovni, obrtni ili drugi odgovarajući registar, odnosno ovjerenu izjavu ili odgovarajuću potvrdu s time da naprijed navedena Isprava ne smije biti starija od 6 mjeseci do dana objave Poziva.
- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** Trgovački sud, odnosno odgovarajući strukovni ili poslovni registar.
- **Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti:** Ponuditelj mora izvodom iz odgovarajućeg registra dokazati da je registriran za obavljanje poslova, odnosno djelatnosti koja je predmet nabave.

5.3. Dokaz o nekažnjavanju

- **Naziv dokaza sposobnosti (Prilog 3.):** Izjava s potpisom kojom natjecatelj dokazuje da gospodarskom subjektu ili osobi ovlaštenoj za zastupanje gospodarskog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za kaznena djela zbog udruživanja za počinjenje kaznenih djela, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, zlouporaba položaja i ovlasti, zlouporaba obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonito posredovanje, primanje mita, davanje mita, prijevара, računalna prijevара, prijevара u gospodarskom poslovanju ili prikrivanje protuzakonito dobivenog novca, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema propisima zemlje sjedišta gospodarskog subjekta, odnosno odgovarajući dokaz o nekažnjavanju zemlje sjedišta ukoliko je ponuditelj registriran izvan Republike Hrvatske.
- Uz izjavu o nekažnjavanju, potrebno je dostaviti i **uvjerenje nadležnog suda** da se ne vodi kazneni postupak protiv osobe ovlaštene za zastupanje gospodarskog subjekta.
- **Naziv izdavatelja dokaza sposobnosti:** osoba ovlaštena za zastupanje gospodarskog subjekta za sebe i za gospodarski subjekt daje izjavu s potpisom.
- **Vrijednosni pokazatelj dokaza sposobnosti:** ponuditelj mora dokazati da gospodarskom subjektu ili osobi ovlaštenoj za zastupanje gospodarskog subjekta nije izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za jedno ili više kaznenih djela u Izjavi. Ovaj dokaz sposobnosti ne smije biti stariji od trideset (30) dana od dana objave Poziva.

6. Dokaze tehničke sposobnosti – reference

Ponuditelj mora predložiti barem tri (3) reference (projekta) za istraživanja tržišta provedena na području država EU, u posljednjih pet (5) godina koje prethode godini u kojoj je objavljena ova dokumentacija za nadmetanje (2018.-2022.), za projekte koji obuhvaćaju ispitanike na minimalno tri različita tržišta, odnosno država na području EU.

7. U cijelosti ispunjene i ovjerene priloge za podnošenje ponude:

- a) **Prilog 1. Ponudbeni list**
- b) **Prilog 2. Dokaz tehničke sposobnosti – reference**
- c) **Prilog 3. Izjava o nekažnjavanju**

9. KRITERIJ ZA ODABIR PONUDE

Kriterij za odabir ponude Naručitelj primjenjuje **kriterij najniže cijene** za sveukupni predmet nabave, što uključuje oba Projektna zadatka (Projektni zadatak 1 + Projektni zadatak 2).

10. NAČIN I ROK DOSTAVE PONUDE

Rok za prijavu i predaju ponude je **9. svibanj 2023. do 12:00 sati** prema srednjoeuropskom vremenu (CET), a prijave se šalju obavezno putem elektroničke pošte, na e-mail adrese: **istrazivanje.natjecaj@htz.hr** i **postupci.nabave@htz.hr**

Za ocjenu ponuda relevantnom će se smatrati ponuda dostavljena putem elektroničke pošte, na gore opisan način.

Ponuditelj može, ako smatra potrebnim, ponudu dostaviti u pisanom obliku (u zatvorenoj omotnici) s nazivom i adresom naručitelja, nazivom i adresom ponuditelja te naznakom predmeta nabave:

" Za provedbu postupka nabave *Usluga istraživanja tržišta - testiranje krovnog komunikacijskog koncepta (Big Idea) te novog vizualnog identiteta Hrvatske kao turističke destinacije*, ev. broj: 07/23 - NE OTVARAJ"

Hrvatska turistička zajednica, Iblerov trg 10/IV, 10000 Zagreb, Hrvatska.

Ponuda se podnosi na hrvatskom jeziku.

11. NAČIN OBAVJEŠTAVANJA O REZULTATIMA POZIVA

Elektronskom porukom te Odlukom o odabiru koja će biti objavljena na službenim internetskim stranicama HTZ-a.

12. ROK, NAČIN I UVJET PLAĆANJA

Definirat će se ugovorom.

13. PROCJENJENA VRIJEDNOST NABAVE

Procijenjena vrijednost predmeta nabave **iznosi 63.700 EUR (bez uključenog iznosa PDV-a).**

Napomene:

- HTZ nije dužan odabrati ponudu te je ovlašten u bilo kojoj fazi postupka odustati od daljeg provođenja nadmetanja ili prihvata bilo koje ponude, sve do trenutka sklapanja ugovora s odabranim ponuditeljem, bez prava bilo kojeg ponuditelja na naknadu bilo kakve štete koja mu zbog tog razloga nastane ili može nastati. Ponuditelji čija ponuda nije odabrana nemaju pravo žalbe niti pravo na naknadu bilo kojih troškova vezanih uz ovaj postupak.
- **HTZ zadržava pravo zasebnog ugovaranja predmeta nabave prema Projektnim zadacima, s time da je ugovaranje Projektnog zadatka broj 2 opcionalno.**
- Sva pitanja i pojašnjenja tijekom pripreme ponude Ponuditelj može postaviti i zatražiti pismenim putem na e-mail adresu: istrazivanje.natjecaj@htz.hr

Prilog 1. Ponudbeni list

Predmet nabave: Testiranje krovnog komunikacijskog koncepta Big Idea te novog vizualnog identiteta Hrvatske kao turističke destinacije

Broj ponude _____

Opće informacije o ponuditelju

Naziv ponuditelja	
Adresa sjedišta ponuditelja	
Adresa e-pošte ponuditelja	
OIB	
Osoba ovlaštene za zastupanje ponuditelja (ime, prezime i funkcija)	

Tel.	
E-mail	
Ime i prezime osobe ovlaštene za zastupanje ponuditelja	
Osoba za kontakt	
Rok valjanosti ponude	60 dana
Način plaćanja	
Projektni zadatak 1	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana brojkama u EUR	
Iznos PDV-a (25%) iskazan brojkama u EUR za	
Cijena ponude (s PDV-om) iskazana brojkama u EUR	
Projektni zadatak 2	
Cijena ponude (bez PDV-a) iskazana brojkama u EUR	
Iznos PDV-a (25%) iskazan brojkama u EUR	
Cijena ponude (s PDV-om) iskazana brojkama u EUR	
Projektni zadatak 1+2	
Sveukupna cijena ponude (bez PDV-a) iskazana brojkama u EUR	
Iznos PDV-a (25%) iskazan brojkama u EUR	

Sveukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana brojkama u EUR	
Sveukupna cijena ponude (s PDV-om) iskazana slovima u EUR	

U _____, _____. 2023. godine.

(mjesto)

(datum)

M. P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje ponuditelja)

Prilog 2. Dokaz tehničke sposobnosti – reference

Popis referenci za istraživanja tržišta, provedena na području država EU, u posljednjih pet (5) godina (2018. – 2022.) za projekte koji obuhvaćaju ispitanike na minimalno tri različita tržišta (države EU).

Broj	Ime i adresa Naručitelja	Predmet ugovora	Vrijeme i mjesto izvršenog ugovora	Kontakt za provjeru
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

U _____, _____._____. 2023. godine.

(mjesto)

(datum)

M. P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje ponuditelja)

Prilog 3. Izjava o nekažnjavanju

Ja, _____ (ime i prezime) iz _____ izjavljujem da mi nije izrečena pravomoćno osuđujuća presuda za bilo koje od sljedećih kaznenih djela, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema propisima države sjedišta ponuditelja ili države čiji je državljanin osoba ovlaštena po zakonu za zastupanje gospodarskog subjekta: prijevara, prijevara u gospodarskom poslovanju, primanje mita u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, zloupotreba u postupku javne nabave, utaja poreza ili carine, subvencijska prijevara, pranje novca, zloupotreba položaja i ovlasti, nezakonito pogodovanje, primanje mita, davanje mita, trgovanje utjecajem, davanje mita za trgovanje utjecajem, zločinačko udruženje i počinjenje kaznenog djela u sustavu zločinačkog udruženje iz Kaznenog zakona, odnosno za kaznena djela: prijevare, pranja novca, prijevare u gospodarskom poslovanju, davanje mita u gospodarskom poslovanju, udruživanja za počinjenje kaznenih djela, zloupotrebe položaja i ovlasti, zloupotrebe obavljanja dužnosti državne vlasti, protuzakonitog posredovanja, primanje mita i davanje mita, odnosno za odgovarajuća kaznena djela prema propisima zemlje sjedišta ponuditelja ili države iz koje dolazi osoba ovlaštena za zastupanje ponuditelja.

Ovu izjavu dajem osobno, za sebe kao osoba ovlaštena za zastupanje ponuditelja _____ (tvrтка) sa sjedištem u _____ kao i za samog ponuditelja.

U _____, _____. 2023. godine.

(mjesto)

(datum)

M. P. (mjesto pečata)

(potpis osobe ovlaštene za zastupanje ponuditelja)