



JAVNI POZIV

**za dodjelu potpora male vrijednosti namijenjenih razvoju programa
destinacijskih menadžment kompanija u 2026. godini**

Zagreb, 15. rujna 2025.

1.	UVOD	2
2.	PREDMET JAVNOG POZIVA.....	5
3.	KARAKTERISTIKE PROGRAMA.....	6
2.	PRIHVATLJIVI PRIJAVITELJI I UVJETI	9
3.	PRIHVATLJIVOST TROŠKOVA	10
3.1.	PRIHVATLJIVI TROŠKOVI.....	10
3.2.	NEPRIHVATLJIVI TROŠKOVI	11
4.	ODOBRAVANJE POTPORE, DONOŠENJE ODLUKE, OBAVEZE PRIJAVITELJA I OBJAVA POPISA PRIJAVITELJA.....	11
5.	SKLAPANJE UGOVORA I OBJAVA PROGRAMA NA www.croatia.hr	12
6.	NAČIN ISPLATE POTPORE	13
7.	NADZOR	14
8.	PRIJAVNA DOKUMENTACIJA, NAČIN I ROK PODNOŠENJA PRIJAVA	14
8.1.	PRIJAVNA DOKUMENTACIJA I PODACI:	14
8.2.	NAČIN I ROK PODNOŠENJA PRIJAVA.....	15
9.	PRIJAVE KOJE SE NEĆE RAZMATRATI.....	15
10.	ODBIJANJE PRIJAVA	15
11.	POJAŠNJENJA JAVNOG POZIVA.....	16

1. UVOD

Strateški marketinški i operativni plan hrvatskog turizma 2023. – 2027. (SMOPHT) definira Hrvatsku kao destinaciju održivog, uravnoteženog i cjelogodišnjeg turizma visoke dodane vrijednosti. Vizija hrvatskog turizma temelji se na povezivanju bogate kulturne, prirodne i gastronomske baštine s potrebama suvremenih putnika, kroz snažno partnerstvo s turističkom industrijom i kontinuirano jačanje destinacijskog menadžmenta.

U skladu s tom vizijom, poseban se naglasak stavlja na **razvoj turizma u predsezoni i posezoni (PPS)**, kao i na snažniju kreaciju i promociju turističkih proizvoda visoke dodane vrijednosti (**Premium Croatia**). PPS proizvodi imaju ključnu ulogu u produženju sezone i ravnomjernijoj vremenskoj distribuciji turističkog prometa, dok se *premium* ponuda temelji na autentičnim, sofisticiranim iskustvima usmjerenima gostima veće platežne moći, na cijelom teritoriju Hrvatske – uključujući kontinentalna te ostala turistički manje razvijena područja.

SMOPHT strateški definira ciljane tržišta, proizvode i skupine gostiju: ciljna su tržišta razvrstana prema *fly-in* i *drive-in* geozonama, dok turistički proizvodi između ostalog uključuju *eno-gastronomiju*, obalni turizam, ruralna i kulturna iskustva, wellness te aktivni/outdoor. Strateški fokus usmjeren je na putnike motivirane temom, individualne goste i organizirane grupe srednje i visoke platežne moći koji su potaknuti željom za opuštanjem i istraživanjem destinacije ili nekim posebnim interesom. Programi kandidirani na ovaj Javni poziv trebaju u obzir uzeti i biti usklađeni sa sljedećim ciljnim skupinama / potrošačkim segmentima i kategorijama turističkih proizvoda sukladno Strateškom marketinškom i operativnom planu hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027. (SMOPHT):

a) Kategorije turističkih proizvoda

Proizvod	OBALNI TURIZAM	NAUTIČKI TURIZAM	ENO- GASTRONOM. TURIZAM	GRADSKI TURIZAM	KULTURNI TURIZAM	ZDRAVSTVENI TURIZAM	AKTIVNI TURIZAM	RURALNI TURIZAM	POSLOVNI TURIZAM
OPUSTITI SE	<i>Sunce i more</i>					<i>Wellness i zdravstveni turizam</i>		<i>Iskustvo ruralne hrvatske</i>	
ISTRAŽITI I OTKRIVATI	<i>Otoci Hrvatske</i>	<i>Nautičko iskustvo hrvatskog Jadrana</i>		<i>City break</i>	<i>Kulturna iskustva</i>		<i>"Grand Tour" of Croatia</i>	<i>Riječna krstarenja</i>	
UŽIVATI (POSEBNI INTERESI)			<i>Gastronomska iskustva</i>	<i>Festivals i događanja</i>			<i>Avantura i sport</i>	<i>Iskustva u prirodi</i>	
SASTATI SE									<i>Jedinstveni (<i>unique</i>) sastanci; Tradicionalni sastanci</i>

b) Ciljne skupine / potrošački segmenti strateškog i visokog prioriteta

The Authentic Experiencers:

- traže autentična iskustva, žele otkriti lokalni način života, istinsku lokalnu kulturu i običaje, žele uroniti u destinaciju
- traže autentičnu interakciju s destinacijom, daleko od standardne turističke ponude
- imaju posebne interese - umjetnost, arhitektura, religija itd.
- zanimaju ih destinacije s bogatom i autentičnom kulturom
- važni čimbenici prilikom odabira destinacije su cijene, dobro razvijena prometna mreža i raznolike mogućnosti zabave
- treba im omogućiti da naprave usporedbu između standardne ponude i razloga zbog kojih će njihovo iskustvo biti drugačije i autentičnije
- dob: 31 - 45

The Rejuvenators:

- traže opuštajuće prigode te emocionalno povezivanje u mirnoj i opuštenoj atmosferi
- ne žele hektičan raspored i preferiraju mirno iskustvo odmora
- preferiraju opuštajuće aktivnosti poput terapijskog tretmana (spa, *body wellness* centri i sl.), uživanju u gastronomiji, boravku na plažama te otkrivanju kulturne baštine
- traže nenapućene, ali *trendy* destinacije
- važni čimbenici su kvalitetan smještaj i prijevoz te osjećaj sigurnosti
- potrebno ih je uvjeriti u mogućnost istinskog opuštanja tijekom cijelog putovanja, kroz sve dnevne aktivnosti - u ambijentu toplica, mirnih plaža itd.
- žele odmak od "frenetičnosti" masovnih turističkih destinacija
- dob: 61+

The Luxury Pursuers:

- luksuzom motivirani turisti, orijentirani na detalje, koji pomno biraju odmorne destinacije
- prioritet im je sigurnost, ali i osjećaj statusa/prestiža te stoga uživaju u posjeti jedinstvenim mjestima koja nude luksuz i visoku razinu usluge i sadržaja
- traže luksuzne boravke u ekskluzivnim apartmanima skupih odmarališta, uz mogućnosti kupovine i zabave za članove obitelji. Rado se prepuštaju opuštajućim aktivnostima koje nude toplice, ili plaže
- traže destinacije koje nude obilje mogućnosti za kupovinu luksuznih brendova
- dob: 31- 45 godina

The Adventurers:

- žele naučiti, istražiti i otkriti nove stvari u životu, ekstrovertne su prirode i vrlo otvoreni u svakodnevnom životu
- odmore obično provode na destinacijama koje nude niz jedinstvenih i izazovnih iskustava
- uživaju u sportovima i aktivnostima kao što su planinarenje, kampiranje, trekking, padobranstvo, ture ili safari
- traže destinacije koje nisu prenapučene, s kojima se mogu povezati kroz inovativna iskustva, s brojnim mogućnostima zabave, lokacijama pogodnim za kampiranje i zanimljivim rutama za putovanje
- učestalo koriste te se primarno oslanjaju i inspiriraju širokim spektrom društvenih medija i drugih digitalnih kanala, uključujući influencere
- dob: 16 – 30 godina

U tom kontekstu, **destinacijske menadžment kompanije (DMK)** prepoznaju se kao jedni od ključnih nositelja razvoja konkurentnih i inovativnih turističkih proizvoda i iskustava. Njihova uloga u povezivanju lokalnih resursa, dionika i autentičnih doživljaja s ciljevima održivog i uravnoteženog turizma čini ih neizostavnim partnerima u provedbi nacionalne turističke strategije. Fokus je na razvoju višeslojnih i tematski usmjerenih proizvoda namijenjenih ciljnim skupinama visokog ili strateškog prioriteta, koji obuhvaćaju više destinacija te su dostupni tijekom cijele godine.

Nadalje, cilj je dodatno ojačati prepoznatljivost Hrvatske kao destinacije autentičnih doživljaja, potaknuti širenje turističke potražnje izvan glavne sezone i najposjećenijih lokacija te osnažiti percepciju Hrvatske kao održive, kvalitetne i raznolike destinacije prilagođene suvremenim potrebama putnika. Time se dugoročno doprinosi konkurentnosti sektora, kvaliteti turističke ponude i pozitivnim učincima na lokalne zajednice.

Više detalja te sažetak SMOPHT-a nalazi se na sljedećoj [poveznici](#).

2. PREDMET JAVNOG POZIVA

Predmet ovog Javnog poziva je dodjela novčanih sredstava za razvoj, unaprjeđenje i tržišno pozicioniranje složenih turističkih proizvoda namijenjenih ciljnim skupinama strateškog i visokog prioriteta koje su opisane u uvodu ovog Javnog poziva.

Podržat će se programi koji doprinose ostvarenju strateških smjernica održivog razvoja hrvatskog turizma i jačanju njegove konkurentnosti kroz:

- repozicioniranje Hrvatske s modela masovnog turizma prema destinaciji visoke dodane vrijednosti, s naglaskom na raznolikost ponude i ravnotežu između gospodarskih, društvenih i ekoloških aspekata razvoja,
- stvaranje prepoznatljivog imidža Hrvatske kao destinacije koja može pružiti jedinstvena i kvalitetna turistička iskustva različitim segmentima turističke potražnje,
- jačanje turističkog brenda Hrvatske kroz promociju održivosti, autentičnosti i kvalitete doživljaja,
- produljenje turističke sezone kroz razvoj proizvoda atraktivnih izvan glavne ljetne sezone, posebno u razdoblju predsezone i posezone (PPS) te na kontinentu,
- smanjenje geografske koncentracije turističke potražnje poticanjem razvoja ponude izvan turistički najopterećenijih destinacija,
- privlačenje gostiju više platežne moći i povećanje prosječne potrošnje po gostu.

Tijekom trajanja ugovora, odabranim destinacijskim menadžment kompanijama (DMK) osigurat će se i stručna tehnička podrška, koja uključuje:

- opću savjetodavnu podršku,
- specifičnu podršku u pripremi i provedbi poslovnog modela i plana DMK,
- specifičnu podršku u razvoju složenih turističkih proizvoda.

U okviru ovog Javnog poziva, složenim turističkim proizvodom smatra se paket-aranžman koji uključuje smještaj, prijevoz (gdje je primjenjivo) i druge turističke usluge, osmišljene kao tematski i funkcionalno povezana cjelina usmjerena interesima i potrebama ciljnih skupina strateškog i visokog prioriteta.

3. KARAKTERISTIKE PROGRAMA

Sredstva potpore odobravat će se za najviše ocijenjene programe koji su već prisutni na tržištu kao i za nove programe, one koji su u fazi osmišljavanja i razvijanja, a koji zadovoljavaju sljedeće uvjete:

a) PPS koncept

- Programi namijenjeni aktivaciji turističke potražnje u razdoblju predsezone i posezone, odnosno izvan vrhunca turističke sezone. Cilj je proširiti dostupnu ponudu vrijednosti Hrvatske i povećati broj dolazaka turista u razdobljima smanjene potražnje – prvenstveno od početka listopada do kraja svibnja, a iznimno i tijekom lipnja i rujna, kada za to postoje opravdani razlozi utemeljeni na pokazateljima potražnje.
- Ova inicijativa pridonosi ravnomjernijem prostornom i vremenskom rasporedu turističkog prometa, povećanju iskorištenosti kapaciteta izvan glavne sezone te jačanju lokalnog gospodarstva kroz cjelogodišnje turističko poslovanje.
- Ako se program većinom realizira na području obalnih županija, ne uključujući Gorski Kotar i Liku, ciljano razdoblje provođenja programa je PPS (1. listopad do 31. svibanj). Ako se program većinom realizira na području kontinentalnih županija, uključujući Gorski Kotar i Liku, ciljano razdoblje provođenja programa je cijela godina.

b) PREMIUM koncept

- Programi usmjereni na turizam visoke dodane vrijednosti, koji ciljaju na tržišne segmente više platežne moći te doprinose pozicioniranju Hrvatske kao sofisticirane i održive destinacije.
- Ključne značajke ovih programa uključuju personalizirane itinerare koji odgovaraju specifičnim interesima gostiju, visoku razinu usluge u svim fazama putovanja, ponudu jedinstvenih, autentičnih i lokalnih iskustava koja odražavaju raznolikost i jedinstvenost hrvatske kulturne, povijesne i prirodne baštine i temelje se na specifičnim lokalnim resursima, te visokokvalitetan smještaj s dodatnim sadržajima i naglaskom na udobnost, estetiku i individualizirani pristup.
- Premium programi osmišljeni su kako bi zadovoljili očekivanja zahtjevnijih gostiju te doprinijeli većoj ekonomskoj učinkovitosti i održivosti hrvatskog turizma.
- Uz smještaj uključuju još najmanje jedno jedinstveno i autentično iskustvo u svakoj destinaciji koja je uključena u program (prednost će imati programi s više jedinstvenih i autentičnih iskustava),
- Temeljeni su na jasno definiranom i autentičnom narativnom konceptu (*storyline*),
- Promiču održivost, očuvanje lokalnih resursa te valorizaciju kulturno-povijesne i prirodne baštine,

- Uključuju minimalno tri noćenja (prednost će imati programi dužeg trajanja).

1. KRITERIJI ZA EVALUACIJU PROGRAMA

Kriterij	Bodovi	Pojašnjenje
1. Kvaliteta programa	30	Kategorije turističkih proizvoda i iskustava zajedno čine cjelovitu narativnu cjelinu koja posjetitelju omogućuje autentično iskustvo visoke dodane vrijednosti; program kombinira tri ili više jedinstvenih iskustava temeljenih na različitim resursima u destinaciji
	20	Program predstavlja uvjerljiv koncept, iako još nema punu sinergiju svih elemenata; program kombinira dva jedinstvena iskustva temeljena na različitim resursima u destinaciji
	10	Program nudi osnovni sadržaj s ograničenom međusobnom sinergijom i mogućnosti prilagođavanja ili izbora; program se temelji samo na jednom jedinstvenom iskustvu
2. Fokus na turizam visoke dodane vrijednosti (Premium)	30	Premium elementi jasno su vidljivi u svakom dijelu programa (npr. privatni vodič, smještaj visoke kategorije, ekskluzivni masterclassovi ili radionice s fokusom na jedinstvena iskustva u destinaciji, VIP transferi i personalizirani suveniri)
	20	Značajan broj jasno definiranih premium elemenata (npr. <i>boutique</i> degustacije, privatni ture i druge <i>boutique</i> usluge), ali bez personalizacije cjelokupnog programa
	10	Premium elementi postoje u manjoj mjeri (<i>tailor made</i> , dodatna kvaliteta opreme), ali nisu integrirani u cijeli program
	5	Pojedine usluge (npr. bolje opremljena soba ili privatni izlet) istaknute su kao "premium", ali samo kao pojedinačni elementi bez integracije kroz cijeli program
3. Sezonsko pozicioniranje (PPS) sukladno točki 3a. ovog Javnog poziva	30	Program jasno komunicira razdvajanje predsezone i posezone (npr. listopad-studeni, ožujak-travanj), uz posebne ponude ili promotivne aktivnosti - dinamično određivanje cijena, ciljani marketing za rane

		bookinge, tematski događaji u mjesecima izvan vršne sezone i partnerski paketi s lokalnim partnerima i sl.
	25	Program je terminski prilagođen PPS-u, ali ne nudi posebne ponude ili promotivne aktivnosti specifične za PPS razdoblje
	10	Spominje se PPS razdoblje, ali bez jasnih mjera za poticanje potražnje u pred i posezoni
4. Potencijal za tržišni uspjeh i ciljnu skupinu	15	Ciljana skupina detaljno je segmentirana (dobna skupina, geo-zona, interesne niše), te je detaljno pojašnjena povezanost sadržaja programa s interesima ciljane skupine
	10	Dobro definirane ciljne skupine, ali bez detaljno povezanih interesa ciljane skupine sa sadržajem programa
	5	Opisana je šira ciljana publika (npr. obitelji, solo putnici) bez detaljne segmentacije i povezivanja sa sadržajem programa
5. Trajanje programa (broj noćenja)	10	Program uključuje 5 i više noćenja
	5	Program uključuje 4 do 5 noćenja
	0	Trajanje programa je minimalno propisano ovim Javnim pozivom (3 noćenja)

Prijavljeni programi moraju ostvariti najmanje 85 bodova.

2. PRIHVATLJIVI PRIJAVITELJI I UVJETI

Na ovaj Javni poziv mogu se prijaviti sve **pravne i fizičke osobe koje su registrirane kao turistička agencija, sukladno važećim propisima o pružanju usluga u turizmu u Republici Hrvatskoj** (dokazuje se izvatkom iz sudskog ili obrtnog registra te rješenjem o ispunjavanju uvjeta za pružanje usluga turističke agencije nadležnog ureda državne uprave u županijama ili grada Zagreba ili dokazom o podacima u Upisniku turističkih agencija pri Ministarstvu turizma i sporta).

Prijavitelj koji je registriran kao turistička agencija mora ispunjavati sljedeće uvjete:

- u prethodne tri godine izvršio je sve ugovorne obveze prema HTZ-u, odnosno, namjenski je utrošio prethodno dodijeljena bespovratna sredstva,
- ne smije imati nepodmirenih obveza po osnovi plaćanja turističke pristojbe i/ili turističke članarine,
- upoznat je s priručnikom Destinacijske menadžment kompanije u izdanju HTZ-a od 2014. (NSK CIP zapis br. 902454), koji je dostupan na linku <http://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/destinacijski-menadzment-te> isti sustavno primjenjivati pri izradi prijavljenih programa razvoja i uvođenja na tržište složenih turističkih proizvoda,
- upoznat je sa Strategijom razvoja održivog turizma 2030. <https://mint.gov.hr/istaknute-teme/strategija-razvoja-turizma-11411/11411>,
- upoznat je sa sažetkom Strateškog marketinškog i operativnog plana hrvatskog turizma za razdoblje 2023. – 2027. https://www.htz.hr/sites/default/files/2023-08/SMOPHT_2023-2027_sazetak.pdf
- upoznat je s Metodologijom izrade Studije „Uspostava modela za izračun indeksa turističke razvijenosti JLS RH“ https://www.iztztg.hr/hr/metodologija_itr/
- osobi odgovornoj za zastupanje ne smije biti izrečena pravomoćna osuđujuća presuda za kaznena djela navedena u *online* prijavnom obrascu,
- ne nalazi se u teškoćama sukladno propisima EU koji reguliraju potpore male vrijednosti (de minimis),
- aktivnosti i troškovi kandidiranog programa ne podliježu dvostrukom financiranju iz javnih sredstava državnog proračuna, proračuna EU i/ili lokalnih/regionalnih proračuna ili drugih javnih sredstava,
- prijavitelj je dužan navesti sve povezane gospodarske subjekte,
- prijavitelj je dužan navesti sve potpore male vrijednosti koje je on i povezani subjekti primio u tekućoj i prethodne dvije fiskalne godine,
- nije u blokadi (dokazuje potvrdom BON 2/SOL 2 ili potvrdom o blokadi računa i novčanih sredstava koju izdaje Financijska agencija (potvrda kojom se dokazuje ovaj uvjet ne smije biti starija od 8 dana od dana prijave),

- ima internetsku stranicu na **najmanje jednom stranom jeziku** (dokazuje se dostavom poveznice na aktivnu internetsku stranicu),
- ima najmanje **jednog stalno zaposlenog stručnog radnika** (dokazuje se kopijom odgovarajuće prijave radnika (ERPS ili drugim odgovarajućim izvatkom iz elektroničkih evidencija HZMO).

Dug do 10 eura ne smatra se neispunjavanjem uvjeta iz ovog Javnog poziva.

3. PRIHVATLJIVOST TROŠKOVA

3.1. PRIHVATLJIVI TROŠKOVI

Sredstva potpore mogu se dodijeliti i koristiti za sljedeće troškove razvoja, distribucije, promocije i troška zaposlenika:

- nabave opreme za provedbu programa (npr. bicikli, kajaci, sitna oprema – kacige, vesla i sl.)
- nabave servisnih sredstava/vozila (npr. kombija za prijevoz gostiju i opreme za program; prihvatljiva su i električna / hibridna vozila; prihvatljiva su i nova i rabljena vozila) do maksimalno 30% ukupno odobrenih sredstava potpore,
- priprema i izrada promotivnih materijala (brošure, oglasi, banneri i sl.). HTZ-u treba biti omogućeno korištenje foto/video i drugog materijala sufinanciranog pod ovom stavkom bez dodatne naknade i ograničenja. HTZ će Korisniku dati tehničke smjernice za izradu navedenih materijala,
- offline i online oglašavanje (zakup medijskog prostora npr. tisak, TV, vanjsko oglašavanje, internetsko oglašavanje - portali, društvene mreže i dr., priprema medijskog plana i strategije oglašavanja uključujući istraživanja i analize za potrebe pripreme i provedbe medijskog plana),
- izrada internetske podstranice za sufinancirani program,
- trošak članarine u međunarodnim/inozemnim grupacijama/konzorcijima; Korisnik treba jasno opisati i prikazati povezanost ove vrste troška s razvojem, promocijom i prodajom prijavljenog programa,
- organiziranje studijskih putovanja za agente i komercijaliste turoperatora ili agencija i druge potencijalne prodajne suradnike za distribuciju portfelja tematske ponude ako studijsko putovanje obuhvaća većinu iskustava uključenih u prijavljeni program,
- sudjelovanje na tematskim B2B poslovnim radionicama koje nisu u organizaciji HTZ-a do maksimalno 50% putnih troškova za maksimalno 2 predstavnika agencije do maksimalno 3 noćenja ako se tijekom prezentacija promovira prijavljeni program*,
- nastupi na turističkim sajmovima koji nisu u organizaciji HTZ-a do maksimalno 50% putnih troškova za maksimalno 2 predstavnika agencije do maksimalno 3 noćenja*,

- troškove plaće jednog stalno zaposlenog radnika do maksimalno 20% ukupno odobrenih sredstava potpore,
- edukacija zaposlenika povezanih s programom koji nisu u organizaciji HTZ-a i/ili MINTS-a.*

**Priznavat će se i sudjelovanje na virtualnim/online radionicama i sajmovima.*

3.2. NEPRIHVATLJIVI TROŠKOVI

Sredstva potpore ne mogu se dodijeliti i koristiti za:

- nabavu roba i usluga bilo koje vrste od povezanih osoba*
- kupnju nekretnina (objekata i zemljišta) i prijevoznih sredstava opće namjene, odnosno sredstava koje Korisnik inače koristi za svoje potrebe, potrebe uobičajenog poslovanja ili druge programe koje ima u ponudi (osobni automobil, kombi, mini-bus i slično),
- troškove uobičajenog poslovanja (naknade i ostala primanja vanjskih suradnika po osnovi ugovora o djelu, troškove prijevoza na posao bez obzira na razlog zapošljavanja, studijska putovanja i druga putovanja zaposlenih koja nisu u funkciji razvoja i uvođenja na tržište novih proizvoda DMK, pokriće gubitaka, poreze i doprinose, kamate na kredite, carinske i uvozne pristojbe ili bilo koje druge naknade),
- troškove reprezentacije,
- troškovi oglašavanja koji nisu dio marketinškog plana / plana promocije za sufinancirani program,
- sve druge troškove koji nisu vezani za razvoj, distribuciju, promociju sufinanciranog programa i/ili trošak zaposlenika.

** Definicija „jednog poduzetnika“ i „povezanih osoba“ detaljno je raspisana u čl 7. PROGRAMA DODJELE POTPORA MALE VRIJEDNOSTI (DE MINIMIS) ZA RAZVOJ TURISTIČKOG SEKTORA U 2026.*

4. ODOBRAVANJE POTPORE, DONOŠENJE ODLUKE, OBAVEZE PRIJAVITELJA I OBJAVA POPISA PRIJAVITELJA

Obradu, evidentiranje i ocjenu valjanosti zaprimljenih prijava, sukladno kriterijima Javnog poziva, provodi Radna skupina koju čine najmanje tri zaposlenika nadležnog Sektora.

Povjerenstvo kojeg imenuje Turističko vijeće HTZ-a, utvrđuje prijedlog Odluke o dodjeli potpore, sukladno utvrđenim bodovima i rezultatima rangiranja. Prijedlog Odluke o dodjeli potpore dostavlja se Turističkom vijeću HTZ-a.

Odluku o dodjeli potpore donosi Turističko vijeće HTZ-a.

Pojedini prijavitelj može ostvariti potporu za maksimalno 2 kandidirana programa.

Ukupna planirana financijska sredstva za potpore razvoju i uvođenju na tržište paketa aranžmana temeljem ovog Javnog poziva iznose 280.000,00 EUR. Navedeni iznos podložan je promjenama ovisno o odlukama tijela Hrvatske turističke zajednice.

Za jedan program prijavitelju se može odobriti potpora u bruto iznosu od 10.000,00 EUR do 30.000,00 EUR, a ukupna vrijednost potpore koja se može odobriti po pojedinom prijavitelju može iznositi maksimalno 60.000,00 EUR za ukupno dva odobrena programa. Po svakom programu financirat će se do 100 % prihvatljivih troškova.

U svim informativnim/promotivnim materijalima i svim vrstama oglašavanja programa složenih turističkih proizvoda, osim na radiju, prijavitelj, odnosno Korisnik potpore obvezuje se implementirati znak i slogan hrvatskog turizma.

Sredstva HTZ-a koja korisnici dobivaju po ovom Javnom pozivu predstavljaju bruto sredstva.

Popis projekata s iznosom dodijeljenih sredstava potpore po korisnicima bit će objavljen na internetskim stranicama HTZ-a (www.htz.hr) najkasnije u roku od 15 dana od dana donošenja Odluke o dodjeli potpora male vrijednosti programima DMK.

HTZ ima pravo kontrolirati provođenje ugovorenog programa razvoja i uvođenja na tržište novih proizvoda DMK putem provođenja kontrolnih audita te od Korisnika može po potrebi zatražiti svu potrebnu dodatnu dokaznu dokumentaciju.

5. SKLAPANJE UGOVORA I OBJAVA PROGRAMA NA www.croatia.hr

Prijavitelju kojem Turističko vijeće HTZ-a odobri potporu, HTZ sklapa ugovor kojim se uređuje način korištenja potpore, način praćenja realizacije programa, isplata potpore, nadzor namjenskog korištenja potpore i druga pitanja vezana za realizaciju programa promocije i dodjelu potpore.

Sufinancirani programi moraju biti prisutni na tržištu, odnosno biti u prodaji najmanje do 31. 12. 2028. godine.

Dodijeljena sredstva potpore isplaćivat će se do zaključenja financijske 2026. godine za troškove nastale tijekom 2026. godine.

Programi za koje bude odobrena potpora bit će objavljeni na www.croatia.hr, nakon što se utvrdi da je prijavitelj u cijelosti ispunio sve obaveze sukladno odredbama ovog Javnog poziva. Programi će biti vidljivi do 31. 12. 2028. godine od objave te će se nakon toga arhivirati.

Za potrebe objave na www.croatia.hr Korisnik za svaki odobreni program HTZ-u treba dostaviti definiranu središnju priču (*storyline*). *Storyline* treba biti jasan i autentičan narativ koji povezuje elemente programa i osigurava koherentno korisničko iskustvo (sukladno uputama iz priručnika za DMK). HTZ će Korisnicima potpore dati tehničke specifikacije i smjernice za izradu *storyline-a*.

Uz ugovor, Korisnik mora dostaviti i bjanko zadužnicu/e, kojima se pokriva cjelokupni iznos dodijeljene potpore, koju HTZ zadržava do provođenja završne analize, koja će biti vraćena na zahtjev Korisnika najkasnije u roku od dva mjeseca nakon što Korisnik preda konačan izvještaj i dostavi sve podatke o realizaciji programa do kraja 2028.

Ukoliko Korisnik ne ispuni obvezu osiguravanja tržišne prisutnosti (prodaje) sufinanciranog programa do kraja 2028. godine, HTZ zadržava pravo na povrat razmjernog dijela dodijeljenih sredstava, razmjerno dokazanoj tržišnoj prisutnosti programa.

6. NAČIN ISPLATE POTPORE

HTZ će korisnicima potporu isplaćivati obročno, u najviše tri obroka, i to po jedan obrok nakon provođenja svakog od ukupno dva kontrolna audita i analize dostavljenog zahtjeva za isplatom s popratnom dokumentacijom, sukladno stupnju realizacije programa za pojedinu fazu te jedan obrok po dostavi završnog izvješća nakon realizacije cjelokupnog programa i po primitku cjelokupne potrebne dokumentacije utvrđene ugovorom (izvješće o realizaciji i utrošenim sredstvima potpore po vrstama, foto i/ili druga dokumentacija kojom se dokazuje realizacija programa, računi izvođača/dobavljača i druge dokaznice/dokumenti kojima se dokazuje realizacija programa).

Priznavat će se samo računi izvođača/dobavljača i druge dokaznice/dokumenti za aktivnosti realizirane u 2026. godini.

Detaljni termini provođenja kontrolnih audita i završne analize bit će definirani ugovorom.

Pod dokaznom dokumentacijom za program potpore iz ovog Javnog poziva smatraju se:

- kopije originalnih računa i dokaza o izvršenim plaćanjima (kopija izvotka) za troškove navedene u *online* obrascu u kategoriji „Troškovnik“ ovisno o aktivnostima koje je prijavitelj/Korisnik provodio,
- izvještaji, koncepti, tekstovi, potvrde/certifikati i sl.
- originalni primjerci tiskanih promotivnih materijala te primjerke digitalnog /elektroničkog promotivnog materijala (brošure, letci, katalozi i sl.), dokaznice o provedenom oglašavanju i promociji za svaku aktivnost koju Korisnik provodi sukladno svojoj prijavi,

Način izvještavanja/dokazivanja prihvatljivosti troškova određuje HTZ posebnim smjernicama.

Sva dokazna dokumentacija podliježe kontroli nadležnih institucija.

7. NADZOR

HTZ će obavljati nadzor/praćenje realizacije programa i kontrole namjenskog trošenja sredstava provođenjem kontrolnih audita kod svih prijavitelja kojima je odobrena potpora.

Termini provođenja kontrolnih audita i završne analize kod prijavitelja bit će definirani ugovorom.

U slučaju da HTZ utvrdi nepravilnosti u korištenju potpore, naložit će prijavitelju povrat potpore u dijelu u kojem je utvrđena nepravilnost, a u slučaju da prijavitelj ne izvrši traženi povrat sredstava, HTZ će aktivirati bjanko zadužnicu.

HTZ obavlja nadzor nad namjenskim korištenjem dodijeljenih sredstava temeljem dostavljenog pisanog izvješća s pratećom dokumentacijom (dokazima o korištenju sredstava) te osobnim nadzorom tijekom i nakon realizacije projekta. U slučaju utvrđivanja objektivnih okolnosti koje su utjecale na nemogućnost ispunjenja obveza koje proizlaze iz ovog Javnog poziva i koje su utvrđene ugovorom, prijavitelj sredstava dužan je odmah o tome obavijestiti HTZ pisanim putem.

U slučaju utvrđivanja nepravilnosti u korištenju odobrenih sredstava, HTZ donosi odluku o povratu sredstava koja je prijavitelj dužan vratiti.

8. PRIJAVNA DOKUMENTACIJA, NAČIN I ROK PODNOŠENJA PRIJAVA

8.1. PRIJAVNA DOKUMENTACIJA I PODACI:

Prijavitelj je u *online* prijavnom obrascu obavezan navesti sve sljedeće podatke:

1. podatke o prijavitelju
2. podatke o programu; za svaki kandidirani program zasebno
3. podatke o planiranim troškovima, za svaki kandidirani program zasebno
4. podatke o traženom iznosu potpore, za svaki kandidirani program zasebno
5. podatke o povezanim društvima i dobivenim *de minimis* potporama.

Prijavitelj je u obavezan u prijavi priložiti / učitati sljedeće dokumente:

(objavljen na linku <http://potpore.htz.hr>)

1. Dokaz o pravnom statusu prijavitelja (preslika izvotka iz sudskog ili obrtnog registra)
2. Rješenje o ispunjavanju uvjeta za pružanje usluga turističke agencije nadležnog ureda državne uprave u županijama ili grada Zagreba ili dokazom o podacima u Upisniku turističkih agencija pri Ministarstvu turizma i sporta
3. Potvrdu nadležne Porezne uprave o nepostojanju nepodmirenih obveza prijavitelja za poreze, doprinose i druge obveze o kojima evidenciju vodi Porezna uprava (ne smije biti starija od 30 dana od dana objave ovog Javnog poziva)
4. Obrazac BON 2/SOL 2 ili potvrda o blokadi računa i novčanih sredstava koju izdaje Financijska agencija. Potvrda kojom se dokazuje ovaj uvjet ne smije biti starija od 8 dana od dana prijave
5. Kopiju odgovarajuće prijave na mirovinsko osiguranje za najmanje jednog stalno zaposlenog stručnog radnika
6. Kopiju platne liste jednog stalno zaposlenog stručnog radnika
7. Potpisani i žigom ovjereni .pdf obrazac „Izjave“ koji će se automatski generirati ispunjavanjem *online* obrasca

8.2. NAČIN I ROK PODNOŠENJA PRIJAVA

Prijava se podnosi isključivo elektroničkim putem popunjavanjem *online* obrasca dostupnog na linku <https://potpore.htz.hr>

Rok za podnošenje prijave je 15. studeni 2025.

9. PRIJAVE KOJE SE NEĆE RAZMATRATI

U razmatranje se neće uzeti prijave koje nisu dostavljene na način niti u rokovima propisanim ovim Javnim pozivom.

10. ODBIJANJE PRIJAVA

Podnesene prijave odbit će se:

- zbog neispunjavanja uvjeta i kriterija propisanih ovim Javnim pozivom,
- ako se podaci ne odnose na prihvatljive projekte ili ako su nevjerodostojni,
- ako se zatražena dodatna pojašnjenja/podaci ne dostave u zatraženom roku.

11. POJAŠNENJA JAVNOG POZIVA

HTZ će odgovoriti na upite koji su pristigli najkasnije tri (3) dana prije roka za podnošenje prijava, a koji su zaprimljeni isključivo pisanim putem na email adresu potpore@htz.hr.