

FLAG natječaj za mjeru 2.2.

PITANJA I ODGOVORI

(ažurirano 23.06.2025.)

PITANJE: Da li upiti za ponude koji su poslani ranije mogu biti u slobodnijoj neformalnoj formi ili svi upiti moraju imati isključivo sve elemente koji su navedeni u tekstu natječaja?

ODGOVOR: Za neobveznike javne nabave, upit za ponudu potreban je ako je vrijednost predmeta nabave 10.000,00 i više eura, sukladno Pravilima za provedbu nabave u okviru provedbe LRSR u okviru mjere III.3. „Provedba i upravljanje LRSR – provedba LRSR” izdanih od strane Uprave ribarstva kao Upravljačkog tijela. Navedenim Pravilima propisan je minimalan sadržaj upita za ponudu te upućujemo na pridržavanje istih kako bismo izbjegli eventualne dopune/obrazloženja/ispravke u kasnijim fazama obrade projektne prijave.

PITANJE: Vezano za marketinške aktivnosti da li prikazujemo ukupno marketinške aktivnosti kao jednu aktivnost, i one aktivnosti za vrijeme Festivala i poslije za promociju rezultata da li prikazujemo sve zajedno ili odvajamo aktivnosti;

1. Marketinške aktivnosti prije Festivala i za vrijeme Festivala (katalog programa, oglasi uoči Festivala)
2. Za promociju poslije – Video film i izrada fotografija koje će se promovirati poslije Festivala

ODGOVOR: Vezano za marketinške aktivnosti koje su izdvojene od ostalih izravnih troškova projekta, radi se o aktivnostima usmjerenima na promociju rezultata projekta. Konkretno, u navedenom primjeru to su aktivnosti pod točkom 2.

Aktivnosti pod točkom 1. uobičajene su promidžbene aktivnosti/materijali te spadaju u ostale izravne troškove projekta.

Za promidžbene materijale koji se distribuiraju, kao i za svu robu, opremu, radove koje nije moguće fizički potvrditi naknadnom provjerom, potrebno je Upravljačkom tijelu uputiti Zahtjev za kontrolu na terenu u ranijoj fazi putem kontrolanaterenu@mps.hr ako se upućuje prije podnošenja Zahtjeva za potporu za odabrani projekt, odnosno putem sustava FISHNET ukoliko je to nakon zaprimanja Odluke o odabiru i prijave u sustav FISHNET.

PITANJE: Da li nabava audiovizualnih i fotografskih usluga, spada u 1.1. PRIHVATLJIVI IZRAVNI TROŠKOVI MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI ili 1.2. OSTALI PRIHVATLJIVI IZRAVNI TROŠKOVI ?

ODGOVOR: Nabava audiovizualnih i fotografskih usluga ulazi u 1.1. Prihvatljivi izravni troškovi marketinških aktivnosti jer je usmjereno na rezultate, odnosno audiovizualne snimke i fotografije uvijek se mogu ponovno upotrijebiti kako bi se promovirali rezultati projekta.

PITANJE: Ispravna primjena logotipa u provedbi mjera informiranja i promidžbe?

ODGOVOR: Slijediti [Pravila i upute za provedbu mjera informiranja i promidžbe](#) uz obavezno uvrštenje logotipa LAGUR-a.