

UPUTE I PRAVILNIK ZA PRIJAVITELJE 2025.

1/ Opće informacije o programu

"Pokreni nešto svoje" je program potpore poduzetnicima u Hrvatskoj. Program potiče poduzetništvo s pozitivnim društvenim utjecajem te odgovara na potrebe hrvatskih poduzetnika za mentorskom i financijskom potporom u svrhu započinjanja ili razvoja poslovanja.

Partneri programa su [ACT Grupa](#) i [Philip Morris Zagreb d.o.o.](#), koji ujedno i financira ovaj program.

2/ Cilj programa

Cilj Programa potpore je razvoj poduzeća s pozitivnim utjecajem na društvo i/ili okoliš u Republici Hrvatskoj.

Program jača poduzeća u ranoj fazi poslovanja, od ideje do spremnosti za rast, ili već etablirana poduzeća koja razvijaju nešto novo – poput nove usluge, procesa, izmjene poslovnog modela, razvoja dodatnih djelatnosti itd.

Važan kriterij pri odabiru je postojanje pozitivnog društvenog utjecaja. Podržavaju se poduzeća koja su već implementirala, ili tek razvijaju, društvenu ili ekološku inovaciju. Društvena inovacija rješava društvene probleme, pa tako obuhvaća svaku intervenciju ili promjenu koja donosi pristup, mogućnosti ili nove prilike skupini koja ranije te prilike nije imala. Svi oblici inovacija koji smanjuju utjecaj na okoliš i/ili optimiziraju korištenje resursa su po definiciji ekološki oblik inovacije.

3/ Potpora poduzećima, financiranje i trajanje podrške

Mentorska potpora

Partneri programa, ACT Grupa i Philip Morris Zagreb d.o.o., će ugovorenim poduzećima za vrijeme trajanja potpore osigurati pristup besplatnom:

- mentorstvu u razvoju poduzeća;
- mentorstvu u svrhu postizanja pozitivnog društvenog utjecaja;
- mentorstvu za pojedine funkcije poduzeća, sukladno specifičnim potrebama poduzeća.

ACT Grupa osigurava mentorstvo temeljeno na analizi potreba korisnika Programa potpore. ACT Grupa se obvezuje svojom edukacijom i mentorstvom djelovati u najboljem interesu korisnika Programa potpore.

Financijska potpora

Za financiranje poduzeća u okviru ovog poziva osiguran je iznos ukupne vrijednosti od 50.000,00 €. Ove godine se financijska potpora isplaćuje u obliku nagrade na kraju podrške i utrošak sredstava poduzeća ne moraju pravdati nositeljima programa.

Bit će podržano 10 poduzeća. 5 poduzeća će biti nagrađeno s iznosom od 7.000 €, a 5 poduzeća s iznosom od 3.000 €. Poduzeća koja će dobiti veću nagradu će biti odabrana na kraju podrške prema kriteriju primjene dobivenog znanja za poboljšanje poslovanja i po kriteriju sudjelovanja na aktivnostima podrške.

Trajanje podrške

Vrijeme trajanja podrške je 6 mjeseci. Početak provedbe podrške će biti oko 1. lipnja, a podrška završava oko 1. prosinca 2025.

4/ Prihvatljivost prijavitelja

Korisnik potpore može biti pravna ili fizička osoba, sa sjedištem u Republici Hrvatskoj, koja je **mikropoduzeće**. Za definiranje mikropoduzeća se primjenjuju kriteriji Europske komisije. Poduzeće je svaki subjekt koji se bavi ekonomskom djelatnošću, bez obzira na njegov pravni oblik (trgovačko društvo, zadruga, udruga, obrt, OPG, ...). Vodič za korisnike o definiciji malih i srednjih poduzeća je dostupan [ovdje](#).

Sukladno kriterijima, mikropoduzeća imaju manje od 10 zaposlenih te im godišnji promet ili ukupna godišnja bilanca ne premašuje 2 milijuna €. U slučaju povezanih ili partnerskih poduzeća u izračun kriterija je potrebno uzeti i podatke ili dio podataka partnerskih i/ili povezanih poduzeća sukladno kriterijima Europske komisije.

Prihvatljivi prijavitelj na ovaj poziv je:

- subjekt koji u trenutku prijave jest **mikropoduzeće**
- **osoba koja nema poduzeće (odn. nije poduzeće)** u trenutku prijave, pod uvjetom da u razdoblju do potpisivanja ugovora o potpori, osnuje i registrira poduzeće i postane član skupštine/suvlasnik ili vlasnik poduzeća. Korisnik potpore bit će to novoosnovano poduzeće.

Nije dozvoljena izmjena korisnika potpore, npr. s poduzeća koje se prijavilo na drugo poduzeće, ili s osobe prijavitelja koja nema poduzeće na neko već postojeće poduzeće.

Poduzeće korisnik mora imati utjecaj na Hrvatsku barem djelomično. Sjedište poduzeća mora biti u Hrvatskoj.

Ostali uvjeti:

- prijavitelj ima podmirene sve poreze i davanja nastala u skladu s nacionalnim zakonodavstvom,
- prijavitelj nije u postupku predstečajne nagodbe, stečajnom postupku, postupku zatvaranja, postupku prisilne naplate ili u postupku likvidacije;
- protiv odgovorne osobe prijavitelja se ne vodi kazneni postupak.

Poduzeće koje je bilo korisnik potpore programa Pokreni nešto svoje u nekoj od prethodnih godina ne može se ponovno natjecati za potporu prijavom na ovogodišnjem natječaju.

5/ Ciljevi podrške

Za prijavu su prihvatljive jasne i konkretne akcije, koje će donijeti promjenu kakva postiže dugoročno poboljšanje i dobrobit poslovanju prijavitelja. Prihvatljiva je svaka intervencija koja predstavlja razvoj poduzeća ili ostvaruje poboljšanje / optimizaciju poslovanja.

Neki primjeri promjena:

- razvoj i lansiranje novog proizvoda ili usluge,
- izmjena poslovnog modela,
- razvoj rada s radnicima,
- optimizacija ili uvođenje novih procesa,
- poboljšanje marketinških kanala,
- otvaranje novih tržišta.

Lista nije konačna.

6/ Postupak prijave

Prijavitelji šalju svoju prijavu putem web obrasca na

<http://pokreninestosvoje.hr/prijavnica>. Krajnji rok za slanje prijave je **28. ožujka 2025. godine do 12:00 sati (podne)**.

Prijavitelji ne šalju dodatnu dokumentaciju. Eventualno poslana dokumentacija će se zanemariti i neće biti pregledana.

7/ Postupak selekcije zaprimljenih prijava

Postupak procjene se odvija u 2 faze.

Faza 1

U prvoj fazi će selekcijska komisija ACT Grupe zaprimljene prijave procijeniti u skladu s kriterijima navedenim u evaluacijskoj tablici. Najbolje ocijenjene prijave prolaze u drugu fazu evaluacije.

Evaluacijska tablica:

Bodovi:	3	2	1
1. Tim			
U kojoj mjeri je tim sposoban iznijeti poduzetnički pothvat?	Tim ima znanja i iskustva za potrebe poduzetničkog pothvata te je izvjesno da može kvalitetno provesti poduzetnički pothvat.	Tim nema sva potrebna znanja i iskustva za potrebe poduzetničkog pothvata.	S obzirom na sastav tima, postoji rizik o uspješnoj provedbi poduzetničkog pothvata.
2. Poslovanje			
U kojoj mjeri je definiran segment/segmenti korisnika i njihovi problemi/potrebe?	Segmenti korisnika su jasno definirani. Problemi svakog segmenta su jasno definirani. Navedena je veličina ciljnog tržišta.	Segmenti korisnika su jasno definirani. Problemi svakog segmenta nisu dovoljno jasno definirani ili nije navedena veličina ciljnog tržišta.	Nisu dovoljno jasno definirani segmenti korisnika niti njihovi problemi/potrebe.
U kojoj mjeri proizvod/ usluga odgovara identificiranim problemima/potrebama korisnika?	Odnos između identificiranog problema/potrebe korisnika i proizvoda/usluge je logičan. Rješenje odgovara na identificirane probleme/potrebe.	Odnos između problema korisnika i ponuđenog proizvoda/usluge nije potpuno logičan ili potpuno jasan. Ili je rješenje općenito, odnosno tako opisano rješenje je već široko dostupno na tržištu.	Ne postoji logička veza između proizvoda/usluge i opisane potrebe.

Bodovi:	3	2	1
Razumijevanje konkurentske prednosti	Jasno su opisane postojeće alternative, načini na koji korisnici trenutno rješavaju problem. Jasno je definirana konkurentska prednost.	Postojeće alternative nisu dovoljno jasno opisane. Jasno je postojanje konkurentske tržišne prednosti.	Postojeće alternative nisu dovoljno jasno opisane, za poduzetnički pothvat nije jasno kako je konkurentan.
Tokovi prihoda za proizvod/uslugu	Identificirani su tokovi prihoda, naveden je model naplate, iznosi i izvori. Naveden je broj kupaca koje poduzeće nastoji imati na kraju provedbe ove podrške.	Identificirani su tokovi prihoda, no nije naveden model naplate ili iznosi, ili izvori prihoda, ili broj kupaca na kraju provedbe ove podrške.	Tokovi prihoda nisu navedeni ili ne odgovaraju proizvodu/usluzi.
Održivost poslovnog modela	Vidljiv je rast iz godine u godinu te se ostvaruju prihodi od prodaje robe ili usluga. Jasno je kako će rasti tržište i broj korisnika proizvoda/usluge.	Vidljivo je da iako nema trenutne prodaje robe i usluga postoje pisma namjere odnosno zainteresirani budući kupci, čime potvrđujemo da postoji tržište za ovo poduzeće.	Ne postoje prihodi od prodaje roba ili usluga, kao niti dokazi interesa budućih kupaca.
U kojoj mjeri poslovanje ima pozitivni društveni ili ekološki utjecaj?	Poslovanje ima jasan društveni ili ekološki utjecaj. Utjecaj je dugoročan i održiv.	Opisan je utjecaj, no postoje rizici da utjecaj nije dugoročno održiv.	Poslovanje nema društveni ili ekološki utjecaj.
3. Strateško razmišljanje i održivost poslovanja			
Jasno je koja su željena poboljšanja u poslovanju?	Postoji jasno opisano poboljšanje koje je potrebno te je vidljiva veza kako bi to doprinijelo poslovanju.	Poboljšanja i rezultati poboljšanja nisu dovoljno jasno opisani, ali je jasno kako se uklapaju u proizvod/uslugu.	Nije jasno preneseno koja su željena poboljšanja i nije jasno kako se uklapaju u proizvod/uslugu i poslovni model.

Bodovi:	3	2	1
Jasno je opisano što je potrebno promijeniti da dođe do poboljšanja u poslovanju?	Postoji jasna strategija za provedbu željene promjene u poslovanju. Vidljiva je veza između toga gdje se poduzeće vidi za godinu dana od danas s dugoročnom vizijom poslovnog razvoja.	Strategija i kako će željene promjene donijeti tržišni rast poduzeću nisu potpuno logični, ali jasna je vizija razvoja poslovanja.	Nije jasno koje su promjene potrebne da se postigne napredak te nije jasna vizija razvoja poslovanja.
Sadrži li poslovanje društvenu ili ekološku inovaciju?	Poslovanje sadrži održivu društvenu ili ekološku inovaciju. Inovacija može utjecati na cijeli sektor ili se replicirati u druge sredine i/ili druga poduzeća.	Poslovanje sadrži društvenu ili ekološku inovaciju, no nije izgledno da će inovacija imati utjecaj na sektor ili da se može replicirati.	Poslovanje ne zadovoljava definicije niti društvene niti ekološke inovacije.
Doprinosi li željeno poboljšanje jačanju društvenog (ili ekološkog) utjecaja poduzeća?	Odnos između željenog poboljšanja i jačanja pozitivnog društvenog ili ekološkog utjecaja poduzeća je logičan.	Odnos između željenog poboljšanja i jačanja pozitivnog društvenog ili ekološkog utjecaja poduzeća nije potpuno jasan ili logičan.	Ne postoji logička veza između željenog poboljšanja i jačanja pozitivnog društvenog ili ekološkog utjecaja poduzeća.

Rezultati prve faze će biti objavljeni u travnju na web stranicama programa s pripadajućim bodovima po svakom pojedinom kriteriju. Nazivi prijavitelja neće biti objavljeni, već samo referentni brojevi prijave, kako bi se osigurala privatnost.

Faza 2

Prijavitelje koji su ušli u drugu fazu selekcijska komisija će intervjuirati u svibnju 2025. godine.

Nakon druge faze, ACT Grupa će donijeti odluku o poduzećima koja će ući u program podrške. S odabranim poduzećima će biti potpisan ugovor o potpori.

Konačni korisnici potpore će biti objavljeni početkom lipnja 2025. na web stranicama Programa. Žalbe na rezultate natječaja nisu moguće.

Tijekom lipnja će biti potpisani ugovori s korisnicima. Provedba podrške je od oko 1. lipnja do 30. studenoga 2025.

8/ Dodatne informacije

Sve informacije o Programu potpore i natječaju za prijavitelje dostupne su na web stranicama Programa <http://pokreninestosvoje.hr>

Zainteresirani prijavitelji mogu postavljati pitanja isključivo na adresu e-pošte kontakt@pokreninestosvoje.hr najkasnije do 25. ožujka do 12 sati.

Odgovori na postavljena pitanja će biti javno objavljeni na web stranicama Programa (<https://pokreninestosvoje.hr/odgovori-2025/>) 4., 11., 18. i 25. ožujka.