



FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN ОТВОРЕНО
SOCIETY ОПШТЕСТВО
MACEDONIA МАКЕДОНИЈА

ПОВИК ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ
ЗА ИЗРАБОТКА НА ПРОМОТИВНА МЕДИУМСКА КАМПАЊА
ЗА ПОДОБРО РАЗБИРАЊЕ НА ГРАЃАНИТЕ ЗА РЕФОРМИТЕ ПОВРЗАНИ
СО ПРИСТАПУВАЊЕТО КОН ЕУ

Фондацијата Отворено општество - Македонија објавува повик за доставување понуди за изработка на промотивна медиумска кампања за подобро разбирањето на граѓаните за реформите поврзани со пристапувањето кон ЕУ. Деталните информации во врска со точните барања се наоѓаат подолу во документот и истите ќе претставуваат упатство за изработката на понудата.

Сите дополнителни прашања во функција на појаснување на барањето за понуда, заинтересираните може да ги испратат најдоцна до 11.12.2019 до 12:00 часот на следниве електронски адреси: dance.danilovska@fosm.mk, kire.milovski@fosm.mk, ana.andreeva@fosm.mk и vanco.dzambaski@fosm.mk.

Официјалната понуда со вклучени задолжителни документи треба да е доставена **најдоцна до 20.12.2017, до 12:00 часот**, во затворен и запечатен коверт на кој пишува „ПОНУДА ЗА МЕДИУМСКА КАМПАЊА. НЕ ОТВОРАЈ!“, на рака или по курирска служба на следнава адреса:

Фондација Отворено општество - Македонија
Бул. Јане Сандански бр. 111, 3-ти спрат
1000 Скопје, Р. Македонија

Сите понуди кои ќе стигнат по истекот на зададениот рок, нема да се земат предвид и нема да се разгледуваат.

Сите понуди ќе се разгледуваат и оценуваат врз основа на потполноста на информациите кои се побаруваат и врз основа на критериумите за евалуација објаснети во описот на барањето за понуда.

Сите предлози и понудата треба да се на македонски јазик.
Понудата треба да има валидност од минимум 120 дена.

Ви благодариме,
Фондација Отворено Општество - Македонија

ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

Краток опис на повикот	Изработка и имплементација на интегрирана промотивна медиумска кампања која ќе го подобри разбирањето на граѓаните за реформите поврзани со пристапувањето во ЕУ. Промотивната кампања вклучува изработка и имплементација на комуникациска стратегија со вклучена понуда за медиумски закуп базирана на комуникациската стратегија.
Задолжителни документи	<ol style="list-style-type: none"> 1. Компаниско претставување со посебен осврт на изработени кампањи за општествена одговорност 2. Начелна комуникациска стратегија со предлог лого и слоган 3. Предлог буџет изразен во денари со вклучен ДДВ.
Дополнителни прашања и појаснувања	Најдоцна до 11.12.2019 во 12:00
Рок за достава на задолжителни документи	20.12.2017 до 12:00
Критериуми за евалуација	<p>Комуникациска стратегија, лого и слоган – 60% Финансиска понуда – 30% Компаниска експертиза / искуство – 10%</p>
Валидност на понудата	Минимум 120 дена

ДЕТАЛЕН ОПИС НА ПОВИКОТ ЗА ДОСТАВУВАЊЕ НА ПОНУДИ

I ВОВЕД

ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИИ

ЗА ФОНДАЦИЈА ОТВОРЕНО ОПШТЕСТВО – МАКЕДОНИЈА

Фондацијата Отворено општество – Македонија повеќе од 25 години е посветена на градењето динамични и толерантни општества, чишто власти се отчетни и отворени за учество на сите граѓани. Нашата мисијата е внатрешна интеграција на општеството како предуслов за интеграција на Северна Македонија во Европската Унија. Фондацијата е фокусирана на поддршка на реформските процеси кои ќе помогнат во евро-атлантските интеграции на земјата, но и на заложбите за овозможување пристап до квалитетни услуги за граѓаните, а особено за маргинализираните групи. Повеќе за ФООМ на <https://fosm.mk/za-nas/>

ЗА КОНЦЕПТОТ „УЧЕСТВО НА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО ВО ПРОЦЕСОТ НА ПРИСТАПУВАЊЕ ВО ЕУ“

Една од стратешките определби на ФООМ е поддршка за реформите поврзани со приоритетните области на Фондацијата: реформите поврзани со процесот на пристапување во ЕУ, образование и млади, здравство, правна и фискална рамка за граѓанското општество, правно зајакнување. Оваа стратешка определба меѓу другото, се остварува и преку концептот „Учество на граѓанското општество во процесот на пристапување во ЕУ“ чиј фокус е поддршката за реформите во областите борба против корупција, судство, спречување и заштита од дискриминација и темелни права (Поглавје 23) кои се приоритетни во процесот на пристапување кон ЕУ.

Во рамки на овој концепт, ФООМ работи на активно вклучување на граѓанското општество за поддршка на реформите врзани со процесот на пристапување кон ЕУ, на неколку нивоа:

- Зајакнување на капацитетите и зголемување на знаењата на граѓанските организации и државните службеници
- Овозможување на структуриран дијалог меѓу граѓанските организации и владата,
- Следење на севкупниот напредок во процесот на пристапување во ЕУ
- Зголемување на информираноста на граѓаните и на нивното разбирање за реформите поврзани со пристапувањето во ЕУ

Во рамки на компонентата која се однесува на зголемување на информираноста на граѓаните и на нивното разбирање за реформите поврзани со пристапувањето во ЕУ, ФООМ во ноември 2019 додели грантови на 15 граѓански организации. Тие организации, согласно сопствените експертизи ќе спроведуваат активности кои на граѓаните ќе им помогнат подобро да го разберат концептот на Европската Унија и со тоа да развијат чувство на сопственост врз процесот на пристапување во истата. Повеќе информации за доделените грантови и темите кои ќе се обработуваат можете да најдете на следниот линк: <https://bit.ly/2sg8VFp>

Избраните грантисти ќе земат учество во заедничка промотивна медиумска кампања, која ќе ја изработи ФООМ, а податоците добиени од нивните истражувања и анализи ќе бидат основа за дел од содржините на промотивната медиумска кампања, со цел да се поттикне поголема поддршка за реформската агенда која е предуслов за интеграција во ЕУ.

ЗА ВАЖНОСТА НА ВКЛУЧУВАЊЕТО НА ГРАЃАНСКОТО ОПШТЕСТВО ВО ПРОЦЕСОТ НА ПРИСТАПУВАЊЕ КОН ЕУ

Процесот на пристапување кон ЕУ е процес во кој власта, по иницијалниот скрининг период, го хармонизира македонското законодавство со законодавството на ЕУ, создавајќи основа за понатамошен развој имајќи ги притоа предвид европските вредности. Кога се зборува за вклучување на граѓанското општество во процесот на пристапување кон ЕУ, всушност се мисли на активното вклучување на организации кои поседуваат експертиза во приоритетните области (судство, анти-корупција, антидискриминација, темелни права, итн.), и нивна соработка со власта во сегменти каде најдобро може да се искористи нивното искуство и знаење.

Процесот на пристапување кон ЕУ сам по себе побарува добро познавање на комплексната институционална структура на ЕУ од една страна, но и законодавството во земјата од друга. Затоа е особено важно институциите но и граѓанското општество да бидат на ниво на задачата кога Република Северна Македонија ќе ги отпочне преговорите со Европската Унија.

Вклучувањето на граѓанското општество во процесот на преговори во раните фази е од особено значење бидејќи граѓанските организации поседуваат експертиза и искуство кои може да бидат клучни за спроведување вистински општествени реформи врзани со овие области. Кога граѓанското општество е активно вклучено во важни процеси како што е пристапувањето кон ЕУ, во преден план секогаш ќе биде интересот и придобивките за граѓаните, суштинските реформи и негувањето на европските вредности клучни за понатамошниот развој.

II ЦЕЛИ НА ПРОМОТИВНАТА КАМПАЊА

Промотивната кампања има за цел, користејќи ги податоците и информациите добиени од истражувањата и анализите на 15-те грантисти како и основни достапни информации врзани со Поглавјето 23 (<https://bit.ly/2DfehDe>):

- **ДА ЈА ЗГОЛЕМИ СВЕСНОСТА** за важноста на реформите во областите борба против корупција, судство и спречување, заштита од дискриминација и темелни права (Поглавје 23) како приоритети во процесот на пристапување кон ЕУ
- **ДА ЈА ИНФОРМИРА** јавноста за придобивките за македонското општество од реформите во областите борба против корупција, судство, спречување и заштита од дискриминација и темелни права (Поглавје 23) како приоритети во процесот на пристапување кон ЕУ
- **ДА ОВОЗМОЖИ** подобро разбирање на реформските процеси во функција на приближување и негување на европските вредности (почитувањето на човековите права и достоинство, слободата, демократијата, еднаквоста и владеењето на правото)
- **ДА ПРИДОНЕСЕ** кон поширока поддршка од страна на граѓаните во процесот на европеизација на општеството

III ЦЕЛНИ ГРУПИ

- Примарната целна група е: **Општа јавност**
- Секундарни целни групи се: **Граѓански организации / Државни и јавни институции**

IV СТИЛ НА КОМУНИКАЦИЈА

- **Стилот на комуникација** во основа треба да биде:
 - ЈАСЕН и ЛЕСЕН ЗА ПАМЕТЕЊЕ
 - ЕДНОСТАВЕН и УБЕДЛИВ
 - РЕАЛЕН и РЕЛЕВАНТЕН за таргет групите
- **Тонот на комуникација** е ИНФОРМАТИВЕН, ИСКРЕН, ДИРЕКТЕН, ЕМОТИВЕН
- **Јазикот** кој се употребува треба да е РАЗБИРЛИВ и ЕДНОСТАВЕН

V ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА

Финалната кампања ќе вклучува

ЦЕЛИНА БР. 1 - КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА

1. **Слоган** за кампањата кој ќе ја пренесе на едноставен и интересен начин основната цел на концептот
2. **Дизајн на лого** преку кое ќе се постави основа за целосниот визуелен идентитет на кампањата
3. Основни принципи, стил и начин на комуникација со вклучени клучни пораки до различните целни групи;
 - а. Вклучен предлог за унификација и комуникација на наодите од истражувањата и анализите на 15-те грантисти
4. Креативни решенија за ТВ спот или ТВ анимација / радио спот / социјални мрежи во рамки на визуелниот идентитет на кампањата
 - а. Насоки за користење на визуелен идентитет за 15-те грантисти
5. Продукција на ТВ спот или ТВ анимација / радио спот / креативни решенија за социјални мрежи
6. Стратешки пристап и предлог решенија за **онлајн комуникација** (со акцент на social media) како и насоки за онлајн комуникација за 15-те грантисти
7. Стратешки пристап и насоки за **организација на настаните** на 15-те грантисти

ЦЕЛИНА БР. 2 - МЕДИЈА СТРАТЕГИЈА

1. Медија стратегија и закуп за 1 месец за
 - ТВ
 - Радио
 - Social Media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube)
2. Медија стратегијата треба да ги вклучува следниве показатели:
 - AMR% по ТВ станици
 - Планирани GRP на вкупна популација
 - Планирани RCH%1+ и RCH%3+ (кумулятивни)

ЗАБЕЛЕШКА:

Понудувачите треба **задолжително да достават решенија само за следниве елементи:**

- Предлог слоган на македонски јазик
- Предлог дизајн на лого за кампањата на македонски јазик
- Начелна комуникациска стратегија (кратки основи на комуникациската стратегија, стратешки пристап, начелен предлог за унификација и комуникација на наодите од истражувањата и анализите на 15-те грантисти, текстуален формат)
- Понуда за медија закуп за 1 месец за ТВ, радио и социјални мрежи

VI БУЏЕТ

1. **Буџетот** за промотивната медиумска кампања со вклучени елементи на кампања опишани во ставка V (ЕЛЕМЕНТИ НА КАМПАЊАТА) **треба да изнесува максимум 30.000 долари** (во денарска противвредност)
2. Понудувачите треба да изработат детален буџет со **поединечни цени** согласно доставениот темплејт за буџет
3. При формирањето на буџетот понудувачот треба да има предвид дека при реализацијата на кампањата, на барање на ФООМ, а согласно претходно утврден временски распоред на активности, ќе има обврска да доставува финални дизајни, адаптации по формати и евентуално други јазици, како и припреми за сите потребни материјали и канали на комуникација со цел непречена имплементација на кампањата.
4. Буџетот треба да е со вклучен ДДВ.
5. Понудувачот треба да предложи услови и динамика на плаќање.

VII ИЗВЕШТАИ

1. По завршувањето на кампањата понудувачот има обврска да достави извештаи за имплементацијата на кампањата по сите канали на комуникација
 - ТВ / Радио / Social Media

VIII ПРИЛОЗИ

1. Составен дел на ова барање за понуда се следниве документи:
 - Темплејт буџет
 - Кратка информација за одобрените проекти на 15-те грантисти

IX ПРАВНА ФОРМА НА АНГАЖМАНОТ

Идеално, ФООМ ќе склучи договор со еден понудувач/правно лице за реализација на сите елементи на кампањата наведени во барањето. Доколку се појави потреба, ФООМ го задржува правото да го подели ангажманот, односно да склучи посебни договори за **ЦЕЛИНА БР. 1** и **ЦЕЛИНА БР. 2** со 2 различни добавувачи. Цените треба да се понудат / дадат така да важат и во случај на делење на понудата.

ВАЖНА ЗАБЕЛЕШКА:

ФООМ го задржува правото да не избере понудувач доколку процени дека доставените предлози не одговараат во целост со потребите. ФООМ исто така го задржува правото, во договор со избраниот понудувач, да ја промени временската динамика, како и да ги модифицира барањата врзани за клучните продукти/очекувани резултати. Доколку

понудата го надминува зададениот буџет, ФООМ го задржува правото да преговара со избраниот понудувач со намера да се намали обемот на работа или да се ревидираат други делови од договорот (без да има промена во поединечните понудени цени) со цел да се намали вкупната цена на понудата до ниво кое ги задоволува барањата / можностите на ФООМ. Понудите кои ќе бидат одбиени, нема да бидат предмет на обештетување.