

POZIV ZA DOSTAVLJANJE PRIJEDLOGA ZA AKTIVNOSTI JAVNOG INFORMIRANJA

Ured visokog predstavnika poziva kompanije/agencije da dostave ponude za organizaciju javnih aktivnosti kojima će se mladi BiH motivirati da izađu na izbore.

Tenderske informacije su date sljedećim redoslijedom:

- I) **Uvod**
- II) **Uvjeti za dostavljanje ponuda**
- III) **Odabir i dodjela ugovora**
- IV) **Dostavljanje ponuda i rok**
- V) **Opis zadatka**

I – Uvod

Rezultati istraživanja javnog mnjenja kontinuirano pokazuju da **preko 40% mlade populacije** u Bosni i Hercegovini ne glasa.

Stoga je od ključne važnosti motivirati i podstaći mlade BiH da preuzmu aktivnu ulogu u izbornom procesu.

Jedan od glavnih ciljeva kampanje bio bi da se mladi podstaknu da glasaju i da se njihov glas čuje.

OHR traži kompaniju/agenciju koja će organizirati seriju aktivnosti javnog informiranja u cijeloj BiH i njihov plasman u medijima sa sloganima odnosno porukama koje odabere OHR.

II – Uvjeti za podnošenje prijedloga

Ponuda mora biti na **engleskom ili lokalnom jeziku**, i sadržavati jedan original i jednu kopiju.

Ponuda mora sadržati sljedeće:

1. Ime i adresa kompanije/agencije, broj telefona, e-mail i ime kontakt osobe;

2. Prijedlog detaljnog vremenskog rasporeda (rokovi): Aktivnosti se moraju realizirati u periodu od 1. jula 2010. do 30. septembra 2010.;

3. Opis, metodologiju i organizaciju projekata, uključujući vizuelnu i tehničku koncepciju javnih aktivnosti;

4. Plan medijske promocije;

5. Detaljne biografije glavnih članova tima: voditelj projekta, moderator, grafički dizajner, itd.

6. Reference: Lista i opis sličnih projekata realiziranih u posljednje tri godine, sa referencama i kontaktima.

7. Detaljan prikaz troškova i uvjeta plaćanja u KM, bez PDV-a. U cijenu ulaze svi troškovi vezani za rad, kao što su naknade i tekući troškovi (putovanja, smještaj, dnevnice i drugi troškovi). Ukoliko budete tražili avansno plaćanje, morate dostaviti neopozivu avansnu garanciju banke.

Prijedlog mora vrijediti 30 dana, a cijena je fiksna za period trajanja ugovora.

OHR će platiti PDV u skladu sa Zakonom o PDV-u.

III – Odabir i dodjela ugovora

OHR će razmotriti ponude u kontekstu kvaliteta opisa,

metodologije i organizacije projekata, uključujući vizuelnu i tehničku koncepciju javnih aktivnosti, plana medijskih aktivnosti, biografija glavnih članova tima, ranijeg rada i drugih relevantnih elemenata. OHR može odlučiti da organizuje interview sa ponuđačima.

Ugovor će se dodijeliti prijedlogu koji je ekonomski najpovoljniji u smislu:

- Opis, metodologije i organizacije projekta – nosi 40%
- Medijske promocije projekta – nosi 30%
- Biografije glavnih članova tima – nosi 15%
- Ranijeg rada – nosi 15%

OHR zadržava pravo da uđe u pregovore sa svakim ponuđačem ili da zatvori tender bez dodjele ugovora. OHR neće snositi troškove ponuđača vezane za pripremu prijedloga.

IV – Podnošenje prijedloga i rok:

Prijedlozi se dostavljaju u zatvorenoj koverti, sa jasnom naznakom "POZIV ZA PONUDE – aktivnosti javnog informiranja"
NAJKASNIJE do 21. jun 2010. do 12:00 sati, na sljedeću adresu:

OHR
Šef logistike
Emerika Bluma 1
71000 Sarajevo
Bosna i Hercegovina

Pitanja:

Smatramo da imate sve potrebne informacije za pripremu prijedloga, ali ako imate pitanja ili su vam potrebna

pojašnjenja, molimo da se obratite isključivo pismenim putem šefu logistike na e-mail: **tender@ohr.int**, a ne drugim zaposlenicima OHR-a. U interesu je svih ponuđača da registruju svoju namjeru da pošalju ponudu kako bi svi dobili odgovore na pitanja koja postave drugi ponuđači. Molim vas da se registrujete najkasnije do 17. juna 2010 na e-mail **tender@ohr.int**.

V Opis zadatka

Uspješni ponuđač će biti odgovoran za punu implementaciju aktivnosti javnog informiranja

1. Opšte informacije o aktivnostima

Geografsko područje koje treba pokriti:

Bosna i Hercegovina

Relevantne informacije u sektoru:

Mladi u BiH su putem anketiranja i drugih izvora izrazili nedostatak motivacije za izborni i politički proces u BiH.^[1] Osim toga, mladi su izrazili apatiju i nemotiviranost zbog stanovišta da ne mogu ništa promijeniti, čak i da glasaju.

Od vitalnog je interesa da se objasni mladima da je njihovo aktivno učešće u izbornom procesu od kritičnog značaja za njihovu budućnost. Aktivno učešće u izbornom procesu pretpostavlja aktivno kreiranje sopstvenog života.

Da bi se realizirao konkretan cilj da primarno do mladih građana/birača i sekundarno do širokog spektra građana BiH stignu motivacijske i ohrabrujuće poruke unutar BiH, kao i javni događaji i direktna komunikacija na licu mjesta, te putem medija, od suštinskog je značaja da se promijene gore pomenuti stavovi.

Sveukupan cilj:

Sveukupan cilj aktivnosti javnog informiranja jeste da se omogući kvalitet, relevantnost i domet informacija o političkom procesu u BiH u cilju izgradnje samoodrživog mira i stabilnosti i pružanja pomoći BiH da krene dalje od implementacije mira prema evropskoj integraciji.

Konkretan cilj:

Konkretan cilj, tj. svrha aktivnosti javnog informiranja jeste motivirati, stimulirati i podsticati mlade da glasaju na općim izborima 2010. godine.

Rezultati:

Primarno mladi ljudi, a sekundarno građani BiH, bit će bolje informirani o tome kako će njihov glas imati uticaja na političke procese u BiH, i shodno tome, na kvalitet njihovog života, kako danas tako i u budućnosti, te će biti u boljoj poziciji da daju konstruktivan doprinos stabilnom i prosperitetnom razvoju BiH, posebno u kontekstu evropske integracije.

Traženi rezultati :

1) Aktivnosti u oblasti javnog informiranja:

– Izvođač bi trebao pružiti usluge kojima će se realizirati rezultati u okviru sljedećih parametara:

1. Izvođač bi trebao uspostaviti metodologiju i organizaciju projekta, kao i dati tehničke specifikacije potrebne opreme
2. Aktivnosti na javnom informiranju trebale bi biti organizirane na javnim gradskim trgovima (gdje ima više od 10.000 stanovnika);
3. Ne postoji ograničenje u pogledu broja javnih

aktivnosti;

4. Javne aktivnosti mogu biti sportske, zabavne ili muzičke prirode, ili u bilo kojoj drugoj formi koja će privući mlade ljude;

5. Aktivnosti na javnom informiranju treba da sadrže promociju aktivnog učešća u izbornom procesu;

6. Aktivnosti na javnom informiranju se trebaju promovirati unaprijed u cilju privlačenja ciljne publike (metodologija za aktivnosti javnog informiranja treba da bude pripremljena u lokalnom okruženju);

7. Izvođač treba predložiti rješenje za vizuelni koncept projekta;

8. Izvođač treba pripremiti promotivne aktivnosti za javne događaje kako bi se osigurala pokrivenost medijima i učesnici.

2) Medijska promocija aktivnosti javnog informiranja:

1. Izvođač treba da osigura medijsko pokriće javnih aktivnosti;

2. Izvođač treba navesti kako namjerava pristupiti TV i radio stanicama, kako će se plasirati na TV stanicama, posebno u javnom i lokalnim medijima, na internetu, u dnevnim novinama i magazinima, itd.

3. Potrebno je obavezno pripremiti medijsko pokriće, što pretpostavlja da javne događaje treba realizirati na zanimljiv i privlačan način za medije;

4. Izvođač treba istražiti prednosti novih tehnologija za promotivne aktivnosti (Facebook, Twitter, etc.);

5. Izvođač treba pripremiti medijski plan za promoviranje

ovih aktivnosti na elektronskom i štampanom mediju (lokalno i za cijelu BiH).

Pokazatelj uspjeha:

Od izvođača se traži da pripremi metodologiju pokazatelja uspješne implementacije projekta i postignutih rezultata.

VREMENSKI ROKOVI:

1. Ugovor će biti potpisan najkasnije do 30. juna 2010. godine.
2. Pripremni period – 30 dana;
3. Period implementacije – 2 mjeseca (avgust i septembar).

BUDŽET:

Maksimalan budžet na raspolaganju: 100,000 EUR (bez PDV-a)

[\[1\]](#) “43,5% mladih u BiH izrazilo je mišljenje da neće glasati na općim izborima u 2010. godini, jer su svi političari i stranke isti” – istraživanje agencije Prisma, istraživanje javnog mnjenja – maj 2010.