

Повик за ангажирање на

Маркетинг агенција за спроведување на Национална јавна кампања за подигање на свеста на тема „Нелегални шумски активности“

Проект: Борба против нелегални шумски активности

Опис на работни задачи

1. Вовед

Нелегалните шумски активности опфаќаат девијантни појави во шумарскиот сектор кои во најголем дел се однесуваат на нелегалната сеча како појава со најголемо негативно влијание по шумите како природен ресурс од посебен интерес за целото општество како и низа на други појави како непочитување на законските одредби, корупција, злоупотреба на службена положба, несовесно вршење на службата итн.

Терминот „нелегална сеча“ се однесува на кршење на законот во која било точка во ланецот на снабдување со дрвни производи, на пример, добивање на дозвола за сеча преку коруптивни процеси, сеча според незаконски стекнато одобрение за сеча, надминување на дозволените количини за сеча, работа во шума без лиценца и договор, даночно затајување и извоз на производи без плаќање на извозни давачки итн.

Дополнително, нелегалната сеча вклучува незаконско копачење на шуми за други намени на земјиште како што се земјоделство, рударство или инфраструктура, во праксата позната како „нелегална трансформација на шума и шумско земјиште“. Друг аспект на нелегалната сеча е „бесправно сечење на дрвја“ што вклучува поединци кои често пати сечат шума за сопствена потреба и честопати работат незаконски заради предизвиците и неможноста да ги исполнат сите административни процедури и барања од Законот за шуми.

Нелегалната шумска сеча на меѓународно ниво се дефинира како сеча, преработка, транспорт, купување или продажба на дрво во спротивност со националните и меѓународните закони. Нелегалната сеча има разорно влијание врз шумите воопшто, биодиверзитетот и врз луѓето кои живеат во и околу нив и се потпираат на ресурсите што ги обезбедуваат шумите.

Корупцијата се смета за еден од главните двигатели на нелегалната сеча и најважниот фактор кој ја овозможува незаконската трговија со дрво. Таа се протега и може да се сретне низ целиот ланец (Value chain) на движење на производот во шумарството. Корупцијата е обично поттикната од недостаток на институционален капацитет за следење и спроведување на постапките предвидени со постојната законска рамка и внатрешна регулатива или пак намерно неспроведување на истата. Честопати таа е придружена со коруптивни плаќања на клучни функционери и политичари за да делуваат на намалување на функционалноста на системот, со што економски ја ослабуваат државата и ја лишуваат од витални природни ресурси. На овој начин се стимулира зајакнувањето на тн. маѓепсан круг на слабо владеење и корупција.

На локално ниво, нелегалната сеча е највидливиот дел од еколошкиот криминал, кој е невозможно да се одржи без знаење и „согласност“ на оние кои треба да го потиснат.

Проектот „**Борба против нелегални шумски активности**“ е финансиран од USDA (United States Department of Agriculture) и се спроведува од Регионален центар за шумарство и рурален развој – РЕФОРД, во непосредна соработка со USFS (United States Forest Service).

За таа цел проектот има потреба од Маркетинг агенција за спроведување на **Национална јавна кампања за подигање на јавната свест на тема „Нелегални шумски активности“**.

2. Цел на националната јавна кампања

Националната јавна кампања на тема „Нелегални шумски активности“ има за цел да го едуцира и подобро информира населението и релевантните чинители за негативното влијание од нелегалните шумски активности, начини како да се идентификуваат нелегални активности во шума, но и да го инспирира/охрабри населението да преземе акции за пријавување на нелегални активности и корупција во секторот шумарство. Истовремено, да допринесе во промоција на проектните активности, цели и резултати, но и промовирање на организацијата спроведувач на проектот и донаторот.

2.1. Насоки за реализација и обврски на понудувачот

Дигитални канали за комуникација ќе бидат електронските налози на носителот на набавка – РЕФОРД на соодветните профили на Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube канал и www.refordcentre.org.

1) Раководење со социјални медиуми и изработка на следните содржини на месечно ниво:

- Раководење со Facebook, Instagram и LinkedIn профили;
- Ажурирање на веќе постоечка интернет страна (описен текст, информации за контакт и останати подесувања);
- Изработка/ дизајн на месечен план за објави со вклучени 5 објави месечно за период од 4 месеци, со фотографија и текст согласно (Facebook, Instagram, LinkedIn);
- Месечно 1 видео (reel) објава на Facebook и Instagram;
- Изработка на месечен извештај за сите активности и платформи.

2) Рекламни кампањи на Meta рекламна мрежа:

- Изработка на статични и анимирани креативи (адаптациии до 3 димензии) за рекламна кампања на месечно ниво;
- Поставување на кампањи со таргетирање во Македонија и ремаркетинг;
- Поставување и оптимизација на кампањите (демографија и интереси).

3) Закуп кон социјални мрежи (Facebook и Instagram).

Избраниот понудувач од страна на нарачателот ќе добие информативна содржина која треба да биде користена за време на јавната кампања и од истата има задача да изработи соодветни содржини/пораки кои ќе ги усогласи со нарачателот на услугата.

За време на процесот на подготовка и реализирање на кампањата, понудувачот е должен да ги следи насоките за комуникација, брендирање и видливост на проектот од страна на нарачателот и одговорното лице од проектот.

2.2. Времетраење на јавната кампања

Националната јавна кампања е планирана со вкупно времетраење од **четири (4) месеци**, кои дополнително ќе бидат прецизирани помеѓу понудувачот и РЕФОРД, по потпишување на договор. Времетраењето на договорот е во период од 15 февруари 2024 до 01 декември 2024 година.

3. Начин и услови за пријавување

На повикот можат да се пријават сите правни лица со основна (примарна) дејност во областа на маркетингот, комуникациите и односите со јавноста и ги исполнуваат долунаведените правно-нормативни и технички услови.

3.1. Технички карактеристики и критериуми за понудувачите

Избраниот понудувач за изработка и спроведување на јавна кампања потребно е да ги исполни следните услови и барања:

- 1) активно да работи на пазарот најмалку 5 (пет) години, што се докажува со доставување на тековна состојба од ЦPCM, не постара од шест месеци;
- 2) да достави изјава за сериозност на понудата;
- 3) да има реализирано минимум 3 (три) кампањи за подигање на јавната свест;
- 4) да има искуство и претходна соработка со странски донатори и граѓански организации, што може да се докаже со доставување на соодветно портфолио или листа од реализираните проекти или продукти;
- 5) да делегира лице или лица за непречена комуницирање со нарачателот на дневна основа;
- 6) да ги следи и почитува насоките дадени од страна на одговорното лице или лица од страна на нарачателот.

3.2. Финансиски надомест

Финансиската понуда потребно е да има распределба на износите (поединечно по ставки) и да биде изразена во американски долари (USD), а исплатата ќе се врши во македонски денари (МКД) по проектен курс.

3.3. Рок за пријавување

Бараните документи мора да бидат испратени по електронска пошта не подоцна од **22.01.2024, 16.00 часот** на следната електронска адреса contact@refordcentre.org со содржина на порака: **Јавна кампања/Маркетинг агенција -ФИФА**

3.4. Начин и критериуми за избор на понудувач:

Комисијата за избор на најповолен понудувач при евалуација на пристигнати понуди ќе се води според следната методологија за избор:

- понудена цена: 60 поени;
- работно искуство: 40 поени;

Вкупно: 100 поени.

3.5. Консултации за појаснувања

Поставување на дополнителни прашања може да се пратат на електронска адреса contact@refordcentre.org најдоцна до **18.01. 2024 година**.

4. Прилози

Прилог 1: Финансиска понуда

Забелешка:

- ❖ *проектот не е ослободен од данок, доколку сте даночен обврзник во финансиската понуда да биде вклучен ДДВ.*
- ❖ *За подобар приказ доколку се потребни дополнителни колони во финансиската понуда, понудувачот има за право да дополни.*

Р.Б.	Ставка	Количина	Единечна цена USD	Вкупно USD
1.	Раководење со социјални медиуми и изработка на следните содржини на месечно ниво:			
1.1				
..				
2.	Рекламни кампањи на Meta рекламна мрежа			
2.2				
..				
3.	Закуп кон социјални мрежи (FB и IG).			
3.1				
...				
	ВКУПНО USD со ДДВ			

Понудивач
