

Datum: 01.09.2025. godine

Protokol broj: KP-I-316/25

Predmet: Poziv za dostavljanje ponude

Fondacija tuzlanske zajednice (FTZ) poziva zainteresovane ponuđače za dostavljanje ponude za Razvoj brend identiteta i komunikacijske strategije za Centar za demokratiju i aktivno građanstvo TK.

Poziv se objavljuje u okviru projekta „Jačanje civilnog društva i demokratske kulture u TK“, koji Fondacija tuzlanske zajednice provodi uz podršku Njemačkog ministarstva za ekonomiju i razvoj (BMZ) i Freudenberg fondacije, gdje je jedan od ciljeva i izgradnja Centra. Poziv se upućuje direktnim kontaktom prema specijaliziranim preduzećima koja imaju resurse, znanja, sposobnosti i iskustvo u kreiranju branding i marketing strategija i koje djeluju na području Bosne i Hercegovine, ali i se objavljuje na komunikacijskim kanalima Fondacije i usmjeren je i prema fizičkim licima koja zadovoljavaju kriterije.

1. Uvodne informacije

Novi Centar za demokratiju i aktivno građanstvo TK će postati mjesto namijenjeno osnaživanju pojedinaca i organizacija civilnog društva koje žele unaprijediti društvo u kojem djeluju.

Uspostavljanje Centra za demokratiju i aktivno građanstvo TK ima za cilj osnažiti civilno društvo i promovirati demokratske vrijednosti, stvarajući prostor za međusektorsku saradnju, edukaciju i društvene inovacije. Centar će obuhvatiti različite funkcije, uključujući co-working prostore za društveno poduzetništvo, sale za sastanke, edukacije, te multimedijalne prostore za javne događaje.

Cilj nam je da ovaj prostor postane mjesto povezivanja, društvenih inovacija, kreativnosti i zajedničkog stvaranja, posebno za nove generacije “donosilaca promjena” (changemakera) u socijalnom sektoru i socijalnom poduzetništvu. U okviru Centra želimo kreirati dijalog i saradnju svih aktera društva, te okupiti članovi zajednice koji doprinose održivom razvoju društva i širenju pozitivnih vrijednosti.

Korisnici će biti ko-kreatori prostora, a ne samo pasivni primaoci usluga, mjesto za inovacije, kreativnost, dijalog i saradnju, u kojem će ideje prerastati u konkretne akcije s trajnim društvenim utjecajem.

Cilj angažmana

Cilj angažmana je razvoj sveobuhvatnog brend identiteta i komunikacijske strategije koji će:

- Odražavati misiju, viziju i vrijednosti Centra,
- Jasno pozicionirati Centar kao relevantno i atraktivno mjesto za civilno društvo i građane,



- Osigurati dosljednu i profesionalnu komunikaciju na svim kanalima,
- Povećati vidljivost, ulogu i utjecaj Centra, ali civilnog sektora u društvu,
- Podstaknuti međusektorski dijalog i saradnju.
- Nedvojbeno prikazati Fondaciju tuzlanske zajednice kao organizaciju koja stoji iza Centra.

2. Vrijednosti

Vrijednosti Centra su temelj organizacione kulture i Fondacija ih njeguje u svom radu više od 23 godine postojanja. Vrijednosti moraju biti jasno izražene u vizuelnom identitetu, tonu komunikacije i svim promotivnim materijalima. Brend identitet treba biti topao i pristupačan, ali i profesionalan i inspirativan, odražavajući ideju zajedništva i inovacije.

Vrijednosti koje brend treba prenijeti su:

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| • Odgovornost prema društvu | • Poduzetništvo |
| • Umrežavanje i povezivanje | • Dinamičnost |
| • Otvorena komunikacija | • Pouzdanost |
| • Otvorenost prema idejama | • Kreativnost |
| • Pružanje prilika | |

3. Obim posla

a) Brend identitet

- Razvoj vizuelnog identiteta Centra (naziv, logo, paleta boja, tipografija, pattern, grafički elementi, brand book).
- Predlošci za društvene mreže i promotivne materijale Centra.
- Prateći materijali za Centar (memorandum, vizitke, prezentacijski slajdovi, promo artikli).
- Prilagođavanje vizuelnog brenda (logotipa) Fondacije kako bi odgovarao programima Centra.

b) Komunikacijska strategija Centra

Imajući u vidu da je izrađen Poslovni model i plan za Centar, to će se izrada komunikacijske strategije bazirati na već definisanoj misiji, viziji, te odabranim korisnicima Centra. Važni elementi na koje će se fokusirati komunikacijska strategija su:

- Analiza ciljnih grupa/publike,
- Definicija ključnih komunikacijskih ciljeva i poruka,
- Odabir komunikacijskih tehnika, alata, te kanala
- Plan objava i kampanja za period od minimalno 6 mjeseci,
- Preporuke za kriznu komunikaciju,
- Preporuke za sadržaj (tipovi objava, format, učestalost).



4. Obaveze naručioca

FTZ će aktivno sarađivati sa odabranim ponuđačem tokom cijelog procesa izrade komunikacijske strategije, te pružiti sve potrebne uvodne informacije o Fondaciji i Centru. Dodatno, FTZ će:

- Obezbijediti kontakt osobu za koordiniranje procesa izrade komunikacijske strategije.
- Po potrebi predstaviti novoizgrađeni objekat.
- Predstaviti kreirani Poslovni model Centra.
- Pružiti sve relevantne informacije o donatorima i partnerima.
- Pružiti blagovremene povratne komentare, mišljenja i prijedloge u vezi sa kreiranim sadržajima do finalizacije.

5. Vremenski okvir

Sa odabranim ponuđačem, FTZ će sklopiti ugovor o pružanju usluga na period od **1.10.2025. do 30.11.2025. godine** u okviru kojeg odabrani naručilac treba da prati sljedeću dinamiku za isporuku posla:

- do 15.10. 2025. obaviti uvodne sastanke i dogovore, te razmjeniti informacije i dokumente
- do 31.10.2025. završiti i naručiocu isporučiti materijale pod 3.a.
- do 30.11.2025. završiti i naručiocu isporučiti materijale pod 3.b.

6. Inteliktualno vlasništvo

Svi proizvodi koji nastanu u okviru ovog angažmana pripadaju FTZ, koja će imati ekskluzivna prava nad njihovom upotrebom i daljom distribucijom. Osim za potrebe ove kampanje, proizvodi neće biti korišteni od strane pružaoca usluga bez prethodnog pismenog odobrenja od strane FTZ.

7. Odabir ponuđača i ugovaranje

Na poziv se mogu prijaviti sva pravna lica ili fizička lica (obrti) koja su registrovana za obavljanje gore navedenih poslova. Kriteriji za odabir ponuđača su sljedeći:

- Kapacitet ponuđača da odgovori zadacima u naznačenom roku (menadžment i stručno osoblje);
- Relevantno iskustvo u realizaciji sličnih poslova (uvid u reference);
- Kvalitet ponude koja odgovara navedenim zadacima i rokovima;
- Cijena usluge sa PDV-om.

8. Naknada i plaćanje

FTZ će sa odabranim izvođačem potpisati ugovor unutar kojeg će biti definisano plaćanje ugovorenih usluga prema dogovorenoj dinamici i dostavljenim fakturama. FTZ zadržava pravo da obračuna zatezne kamate u slučaju da se posao ne izvrši prema ugovorenom vremenskom roku.

9. Posebni zahtjevi

U okviru angažmana na ovom projektu od odabranog ponuđača će se tražiti poštivanje etičkog kodeksa, politike zaštite djeteta i ranjivih osoba, politike zaštite podataka, kao i drugih akata koji će biti definisani u ugovoru.



10. Dostavljanje ponude

Ponuđači trebaju dostaviti sljedeće:

- Prijavu na javni poziv sa podacima i opisom registrovane djelatnosti pravnog ili fizičkog lica;
- Cijenu za tražene usluge s PDV-om;
- Referentnu listu realizovanih i relevantnih projekata.

Ponude dostaviti na email adresu fondtz@fondacijatz.org, poštom ili lično na adresu Pozorišna 13, 75000 Tuzla, **najkasnije do ponedjeljka, 15.09.2025. godine do 24:00h.**

Za sve dodatne informacije možete se obratiti na telefon +35 362 833/831 ili email: fondtz@fondacijatz.org. Neblagovremene i nepotpune prijave neće biti uzete u razmatranje.

Jasna Jašarević

Direktorica

Fondacija tuzlanske zajednice

