



Finansira
Evropska unija



BOSNA I HERCEGOVINA



Ministarstvo za ljudska
prava i izbjeglice

Uslovi angažmana

Agencija za implementaciju digitalne kampanje o dječijoj participaciji u Bosni i Hercegovini

1. Uvod

Projekat „Povezivanje tačaka 2 – Unapređenje učešća djece u donošenju odluka za poboljšana prava djeteta i demokratije u BiH“ ima za cilj promociju ljudskih prava i borbu protiv diskriminacije u Bosni i Hercegovini, doprinosi zaštiti i unaprijeđenju dječijih prava kroz odgovorne i etički vođene inicijative u kojima se od strane relevantnih aktera promovira smisleno i svrsishodno učešće djece. Projekat doprinosi jačanju napora koje Bosna i Hercegovina, kao pretpristupna zemlja, mora ispuniti u sektoru prava djeteta - konkretno jačanju održivosti i uticaja mehanizama učešća djece u procesima donošenja odluka na svim nivoima. Projekat implementiraju World Vision BH Fondacija i Udruženje „Naša djeca“ Sarajevo u partnerstvu sa Ministarstvom za ljudska prava i izbjeglice, a uz finansijsku podršku Evropske unije u BiH.

2. Svrha i cilj angažmana

Iako normativni okvir u Bosni i Hercegovini prepoznaje pravo djece na participaciju, u praksi je njihovo učešće često ograničeno, parcijalno i zavisno od pojedinačnih inicijativa. Djeca rijetko imaju stvarni uticaj na odluke koje ih se tiču, dok su mehanizmi za njihovo uključivanje nedovoljno razvijeni ili nedosljedno primijenjeni. Dodatno, postoji nizak nivo svijesti među odraslima o značaju dječijeg učešća, kao i ograničene prilike za djecu da izraze svoje mišljenje u sigurnom i podržavajućem okruženju.

Svrha angažmana jeste **kreiranje i implementacija digitalne kampanje** na nacionalnom nivou u Bosni i Hercegovini. Poseban fokus digitalne kampanje biće na zagovaračkoj dimenziji, sa jasno definisanim porukama i zahtjevima upućenim donosiocima odluka, s ciljem da se doprinese institucionalizaciji smislenog učešća djece, uključujući glasove najranjivije djece, u procesima donošenja odluka.

Angažman podrazumijeva razvoj koncepta digitalne kampanje, izradu komunikacijske i digitalne strategije, produkciju digitalnih sadržaja i cjelokupnu realizaciju kampanje.

Kroz digitalnu kampanju, nastojat će se povećati svijest i razumijevanje o važnosti dječije participacije, te podstaći aktivno uključivanje djece i mladih u procese donošenja odluka.

Digitalna kampanja treba da se osloni na ključne rezultate nacionalne studije o dječijoj participaciji, koja je provedena u okviru projekta. Studija identifikuje ključne nedostatke, izazove, ali i primjere dobre prakse u promociji dječije participacije na svim nivoima. Studija će, zajedno sa ključnim rezultatima i preporukama, biti dostupna odabranoj agenciji, za analizu i kreiranje ključnih poruka prema javnosti.

Kampanja će biti razvijena u saradnji sa petočlanim Odborom djece i mladih koji će aktivno učestvovati u definisanju ključnih poruka, formata sadržaja i zagovaračkih zahtjeva, kao i u planiranju načina implementacije kampanje.

Ciljne grupe kampanje su djeca, odrasli, donosioci odluka i šira javnost u Bosni i Hercegovini. Shodno ciljnim grupama, agencija treba da ponudi različite modele, alata i kanale komunikacije.

3. Obim i opis zadatka

Odabrana agencija će biti odgovorna za:

- Razvoj kreativnog koncepta kampanje: definisanje glavne ideje kampanje, kreiranje slogana ili ključne poruke (prema donosiocima odluka, institucijama, roditeljima, djeci), izrada vizuelnog identiteta



Finansira
Evropska unija



BOSNA I HERCEGOVINA



Ministarstvo za ljudska
prava i izbjeglice

kampanje, prijedlog formata sadržaja (video priče, reels, infografike, animacije, Google Ads), ideje za ključne materijale i narative;

- Izradu komunikacijske i digitalne strategije;
- Produkciju sadržaja (video, grafike, animacije);
- Upravljanje kampanjom na digitalnim platformama;
- Promociju pozitivnih primjera i rješenja zasnovanih na rezultatima istraživanja;
- Realizaciju plaćenih medijskih aktivnosti;
- Monitoring i izvještavanje.

Agencija treba predložiti optimalan miks digitalnih kanala, uključujući mogućnost korištenja Google Ads (Search i YouTube), uz jasno obrazloženje uloge svakog kanala u odnosu na ciljne grupe.

Prilikom kreiranja ključnih poruka i komunikacije tokom kampanje, agencija je obavezna da poštuje prava djeteta i najbolji interes djeteta, te da na bilo koji način ne naruši integritet djeteta. Ton komunikacije u kampanji treba biti inkluzivan i osnažujući.

4. Očekivani rezultati i vremenski okvir

Očekivani rezultati	Vremenski okvir
Razvijen kreativni koncept kampanje (1 koncept sa glavnom idejom kampanje, ključnim porukama, vizuelnim identitetom kampanje, prijedlogom formata sadržaja (video priče, reels, infografike, animacije, Google Ads), idejama za ključne materijale i narative)	11. maj 2026.
Razvijena komunikacijska i digitalna strategija (1 strategija sa jasno definisanim ciljevima, ciljnim grupama i porukama u odnosu na svaku grupu, jasno definisanim kanalima komunikacije u odnosu na ciljne grupe, stila komunikacije, dinamikom objava, upravljanje interakcijama, planom praćenja i prilagođavanja kampanje)	11. maj 2026.
Produkcija digitalnih sadržaja u odnosu na ciljne grupe (minimalno 4 video priče u reels formatu, 4 video animacije , 4 grafike/infografike), uz mogućnost korištenja Google Ads (Search i YouTube)	15. maj – 15. juni 2026.
Upravljanje kampanjom na digitalnim platformama	15. maj – 15. juli 2026.
Monitoring i izvještavanje (praćenje i izvještavanje o dosegu kampanje na periodičnom nivou uz dogovor tačne dinamike sa projektnim timom)	15. maj – 15. juli 2026.
Sastanci sa predstavnicima projektnog tima i predstavnicima Odbora djece i mladih	Po potpisivanju ugovora, planiranju aktivnosti i periodično po ugovorenoj dinamici



Finansira
Evropska unija



BOSNA I HERCEGOVINA



Ministarstvo za ljudska
prava i izbjeglice

5. Vremenski okvir

Ukupno trajanje angažmana: 3 mjeseca (maj – juli 2026. godine)

6. Kriteriji za odabir agencije

- Relevantno iskustvo u digitalnim kampanjama i/ili zagovaračkim kampanjama (minimalno 5 godina),
- Kvalitet predloženog pristupa i metodologije,
- Kreativni koncept i ideja,
- Jasna povezanost između predstavljenih aktivnosti i ciljeva kampanje,
- Prilagođenost koncepta ciljnim grupama kampanje,
- Finansijska ponuda,
- Iskustvo u radu na društveno odgovornim temama (poželjno, ali ne limitirajuće),

7. Način prijave

Zainteresovane agencije trebaju dostaviti:

- Tehničku ponudu (pristup i metodologija),
- Reference i portfolio,
- Finansijsku ponudu – ispuniti obrazac “Finansijska ponuda” objavljen uz Uslove angažmana.

Sve ponude moraju biti **izražene bez PDV-a**. Projekat je oslobođen plaćanja PDV-a u skladu sa okvirnim sporazumom IPA III (“Službeni glasnik BiH – Međunarodni ugovori”, broj 7/22)

Prijavu poslati najkasnije do 16. aprila 2026. godine, na mailove: ira.rakovic@gmail.com i Svjetlana_Tanic-Batinic@wvi.org