

## POZIV ZA PODNOŠENJE PONUDA: MARKETING I PR PODRŠKA NA PROJEKTU PAMETNOG SAKUPLJANJA AMBALAŽE

NALED poziva zainteresovane agencije da dostave ponude za pružanje marketing i PR podrške na projektu Smart Urban Packaging Waste Collection System (Pametni sistem za sakupljanje ambalažnog otpada u gradovima) čiji je cilj uspostavljanje održivog modela pametnog sakupljanja ambalažnog otpada u Srbiji. Projekat pametnog sakupljanja ambalažnog otpada podržan je od strane Nemačke razvojne saradnje koju sprovodi GIZ, kroz program razvojnog partnerstva sa privatnim sektorom develoPPP i realizuje se u saradnji sa kompanijama Ball Packaging Europe, SEKOPAK, Solagro, Mercator-S i RLG (Reverse Logistics Group), kao i partnerima NALED i Recan fondacijom.

Planirani period angažovanja agencije je u periodu od početka marta 2022. (očekivan termin potpisivanja ugovora) do kraja juna 2023. Ponude treba da sadrže sledeću dokumentaciju na srpskom jeziku:

1. Kratak profil kompanije i najmanje tri reference za realizovane projekte i kampanje u oblasti zaštite životne sredine;
2. Biografije svih ključnih eksperata sa relevantnim iskustvom koji su predviđeni za direktnu saradnju sa NALED-om;
3. Predlog kreativnog rešenja zadatka (prilog 1 ovog poziva);
4. Obrazložena bruto cena (u evrima) za saradnju u skladu sa definisanim komunikacionim aktivnostima (prilog 2 ovog poziva) i predloženi modalitet plaćanja.

Kompletnu ponudu potrebno je dostaviti u PDF formatu (do 20MB) najkasnije do **ponedeljka, 28. februara 2022. u 12h, na e-mail [marketing@naled.rs](mailto:marketing@naled.rs), uz naznaku „PONUDA ZA MARKETING I PR PODRŠKU NA PROJEKTU PAMETNOG SAKUPLJANJA AMBALAŽE - [NAZIV AGENCIJE]“**. Za pojedine elemente ponude, kao što je profil kompanije, reference, biografije ključnih zaposlenih, moguće je dostaviti linkove ka odgovarajućim stranicama na zvaničnom veb sajtu agencije. Eventualna pitanja u vezi sa ovim pozivom mogu se dostaviti najkasnije do kraja radnog vremena do četvrtka, 17. februara 2022, isključivo elektronskim putem na e-mail [marketing@naled.rs](mailto:marketing@naled.rs), uz naznaku „PONUDA ZA MARKETING I PR PODRŠKU NA PROJEKTU PAMETNOG SAKUPLJANJA AMBALAŽE - [NAZIV AGENCIJE]“. Sva pristigla pitanja i odgovori biće javno dostupni i objavljeni na veb sajtu [www.naled.rs](http://www.naled.rs), najkasnije u ponedeljak, 21. februara 2021.

*NALED će obavestiti sve ponuđače o prijemu ponuda. O daljim koracima biće obavešteni samo oni ponuđači koji uđu u uži izbor. NALED zadržava pravo da izabere najboljeg ponuđača na osnovu analize dostavljene dokumentacije i dodatnog procesa pregovora, u skladu sa procedurama i raspoloživim budžetskim sredstvima na projektu. Takođe, NALED zadržava pravo da angažuje agenciju za realizaciju samo određene delove opisa posla, ili da u potpunosti odustane od angažovanja agencije. NALED ne snosi odgovornost za eventualne troškove koji mogu nastati kod ponuđača tokom izrade ponude. Svojim učešćem ponuđači izjavljuju da su saglasni sa uslovima Poziva.*

Prilozi:

- 1 – Kreativni zadatak
- 2 – Opis posla

## PRILOG 1: KREATIVNI ZADATAK

Smart Urban Packaging Waste Collection System je projekat čiji je cilj uspostavljanje održivog modela pametnog sakupljanja ambalažnog otpada u Srbiji. Jedan od indikatora uspešnosti projekta je da 30% pakovanja (jedinica ambalaže) od ukupno 3.3 miliona serijalizovanih proizvoda (napitaka) označenih nalepnicama sa posebnim kodom koji će biti plasirani na tržište kroz Mercator-S maloprodajne objekte IDEA i Roda, bude sakupljeno putem pametnih uređaja koji će biti raspoređeni u maloprodajnim objektima i na javnim lokacijama, a teritorija na kojoj se projekat sprovodi je grad Zrenjanin.

Projekat je započet jula 2020. godine i odnosio se samo na reciklažu limenki putem pametnih presa. Osnovna ideja početnog projekta zasnivala se na inovativnom pristupu i IT rešenju koje je razvila domaća start-up kompanija Solagro. Korisnici su preko aplikacije za mobilni telefon bili u mogućnosti da prate svaku limenku koju ubace u presu za reciklažu i potom sakupe određen broj poena koji je u zbiru donosio popuste pri narednoj kupovini u IDEA maloprodajnim objektima. Time su korisnici bili motivisani za dalje prikupljanje i reciklažu limenki. Projekat se na početku zvao „Smart Urban Can Collection System“ i trenutno je pušteno u rad ukupno deset pametnih presa koje su raspoređene u IDEA objektima širom Beograda. Komunikaciona strategija za ovaj deo projekta je izradjena i neophodno je napraviti vezu sa njom i u okviru šireg projekta.

Kako bi uspostavljen sistem mogao da funkcioniše u širem kontekstu depozitnog sistema ambalažnog otpada čije je uspostavljanje u najavi, tokom 2021. projekat je proširen tako da pored limenki obuhvata i ostale ambalažne materijale - PET, tetrapak i staklo, naziv projekta je promenjen u „Smart Urban Packaging Waste Collection System“, a kao pilot teritorija odabran je grad Zrenjanin.

Sistem pametnog sakupljanja ambalaže podrazumeva specijalni način obeležavanja ambalaže još u proizvodnji. Serijalizacijom ambalaže kroz jedinstveno kodiranje postiže se veća efikasnost, smanjuju se operativni troškovi prikupljanja ambalažnog otpada i ograničavaju se moguće prevare.

Konkretno lokacije sistema za reciklažu u gradu Zrenjaninu su u procesu odabira. Ukupan broj lokacija će biti od 10-15, na koje bi u zavisnosti od uslova mogli biti postavljena odgovarajuća infrastruktura za povrat ambalaže – pametne kante, ručni skeneri ili RVM mašine.

Jedna od okosnica projekta je kampanja za jačanje svesti i pozivanje građana da se aktivno uključe, koja mora biti osmišljena tako da ostvari tri cilja: s jedne strane, građane treba informisati o postojanju pametnih uređaja, a zatim građanima treba objasniti funkcionisanje sistema pametne reciklaže, kako se oni mogu direktno uključiti i profitirati od učešća. Treći cilj je generalna promena ponašanja (konverzija), koja dovodi do toga da građani odgovorno odlažu i recikliraju otpad, prihvatajući značaj reciklaže za širu zajednicu, zaštitu životne sredine i društvenu odgovornost.

**Zainteresovane agencije treba da osmisle i predlože jednu promotivnu aktivaciju kao mehanizam za privlačenje građana da se uključe u pametnu reciklažu ambalaže.**

## PRILOG 2: OPIS POSLA ZA ANGAŽOVANJE AGENCIJE

U nastavku je planirani opis posla i očekivani komunikacioni proizvodi koje izabrana agencija treba da isporuči u periodu od marta do decembra 2022.

Procenjeni budžet za realizaciju planiranog opisa posla **treba da obuhvati** angažovanje agencije na koncipiranju, planiranju, sprovođenju i koordinaciji komunikacijskih mera i kampanja koje će biti predviđene Strategijom komunikacije projekta, izradi PR i marketinških sadržaja za off i online promociju, ugovaranju (neplaćenog oglašavanja i gostovanja u medijima, osmišljavanju i izradi grafičkih rešenja, animacija i video sadržaja.

NALED će biti zadužen za troškove plaćanja oglašavanja u medijima (TV, radio, štampa, portali) i na društvenim mrežama, angažovanja novinara, iznajmljivanja prostora za događaje, iznajmljivanja tehnike, nabavke keteringa, štampe promo materijala i brendinga, izrade analiza i istraživanja.

*Ukoliko usled nepredviđenih okolnosti dođe do odlaganja ili otkazivanja pojedinih komunikacionih aktivnosti, izabrana agencija je u obavezi da u dogovoru sa naručiocem produži trajanje ugovora u okviru istog budžeta kako bi se odložena aktivnost naknadno realizovala ili da osmisli i definiše drugu aktivnost koja bi nadomestila otkazanu. Ukoliko agencija ne realizuje aktivnost, NALED zadržava pravo da ne isporuči novčana sredstva dogovorena za tu aktivnost.*

- **Strategija vidljivosti i komunikacije** – izrada i razvoj detaljne komunikacione strategije i plana vidljivosti projekta koji obuhvata sve partnere, sa posebnim osvrtom na akcioni plan projekta uz definisanje kanala komunikacije i ciljnih javnosti;
- **Dokument sa ključnim porukama** – izrada i periodično ažuriranje dokumenta koji sadrži osnovne informacije o projektu, partnerima, ciljevima, izazovima i benefitima koje donosi, najvažnijim rezultatima i zaključcima istraživanja i analiza, kao i krizna pitanja i odgovore, i sl;
- **Kampanja za jačanje svesti i promociju** – osmišljavanje koncepta i realizacija kampanje za jačanje svesti koja ima dva cilja: prvi je upoznavanje građana sa sistemom pametne reciklaže i njihovim direktnim učešćem, dok je drugi podizanje svesti o odgovornom odlaganju i reciklaži otpada koje rezultira zaštitom životne sredine, održivom korišćenju resursa i društvenoj odgovornosti;
- **Logo projekta/kampanje** – osmišljavanje i izrada logoa u potrebnim formatima;
- **Slogan projekta/kampanje** – osmišljavanje i izrada slogana i razrada poruka i aktivnosti u okviru promotivne kampanje u skladu sa strategijom komunikacije;
- **Vizuelni identitet projekta/kampanje i brending materijali** – osmišljavanje i priprema vizuelnog identiteta i brending materijala - roll up (x2), back wall/baner (x1), PPT templejt (x1), Word templejt (x1), osmišljavanje i dizajn celokupnog brendinga za mašine/kontejnere (nalepnice različitih formata);
- **Promotivni materijali** – izrada sadržaja i dizajna za promotivni liflet (x2), izrada sadržaja i dizajna za poster (x1) i web banera za različite namene (jpg/png) u skladu sa Strategijom komunikacije i Kampanjom za jačanje svesti;

- **Animirani video** – osmišljavanje i izrada edukativnog animiranog videa u skladu sa Strategijom komunikacije i Kampanjom za jačanje svesti koji će se plasirati putem nacionalnih i lokalnih medija u cilju podizanja svesti o pravilnoj selekciji ambalažnog otpada (dužine do minuta i kraće verzije istog videa dužine do 30 sekundi - osmišljavanje koncepta, grafičko rešenje, priprema scenarija i storyboard-a, izrada titlova, nabavka muzike, voice-over);
- **Društvene mreže** – priprema mesečnih postova i plana plaćene promocije na osnovu raspoloživog budžeta u skladu sa Strategijom komunikacije i Kampanjom za jačanje svesti za društvene mreže Facebook, Instagram i LinkedIn (uključujući vizuale, tekstove, hashtagove i pominjanja) za stranice NALED-a, grada Zrenjanina i svih ostalih partnera (najmanje 15 mesečno), priprema p;
- **Medijski plan** – osmišljavanje i izrada plana za (ne)plaćeno oglašavanje u lokalnim medijima (osmišljavanje inicijativa i kampanja za realizaciju sa medijima, mapiranje medijskih kuća i novinara za saradnju) u skladu sa raspoloživim budžetom na projektu;
- **Promotivni događaji na lokalnu (5 događaja)** – osmišljavanje koncepta događaja ili aktivacije za najviše pet događaja u skladu sa Strategijom komunikacije i Kampanjom za jačanje svesti, koji će biti realizovani u Zrenjaninu (izrada agende, predlog učesnika, predlog lokacije, priprema pozivnice za medije, priprema pozivnice za učesnike, priprema talking points za govornike, pisanje saopštenje za javnost i vesti za sajt, priprema objava za društvene mreže, podrška na samom događaju).