



Švicarska.



PRAGG

PROAKTIVNI GRAĐANI I GRAĐANKE

**JAVNI POZIV
za dostavljanje aplikacija za
zagovaračke kampanje ka višim nivoima
vlasti u BiH**

08-09.04.2024.

PRAGG

- Projekat PRAGG - Proaktivni građani i građanke želi doprinijeti aktivnijem učešću građana i građanki, naročito socijalno isključenih, u zagovaranju i kreiranju javnih politika kroz angažman u udruženjima i fondacijama, odnosno organizacijama civilnog društva (OCD).
- PRAGG želi podržati OCD da kroz učešće u demokratskim procesima predstavljaju glas građana i građanki i zahtijevaju reforme, te tako daju doprinos društvenim promjenama u Bosni i Hercegovini (BiH).
- *Za više informacija posjetite www.pragg.ba*



CILJ JAVNOG POZIVA

- Cilj javnog poziva je **podržati OCD iz različitih ciljnih lokalnih zajednica PRAGG projekta kako bi zajednički radili na rješavanju problema građana i učestvovali u procesima donošenja odluka i zagovaranju ka višim nivoima vlasti (kantonalni, entitetski, državni), pri tome obezbjeđujući im priliku da kroz implementaciju zagovaračkih kampanja steknu neophodna znanja, kompetencije i vještine kako bi u tome i uspjeli.**



TEMATSKE OBLASTI JAVNOG POZIVA

- Tematske oblasti koje su u fokusu ovog javnog poziva su:
 1. Unapređenje prava i položaja žena;
 2. Unapređenje prava i položaja osoba sa invaliditetom (OSI);
 3. Unapređenje prava i položaja mladih.



OPŠTE NAPOMENE

- **Maksimalna vrijednost budžeta u projektnom prijedlogu ne smije prelaziti 50.000 BAM;**
- **Vremensko trajanje projekta mora se kretati u rasponu od minimalno 10 do maksimalno 18 mjeseci.**
- **Pravo učešća na ovom javnom pozivu imaju pravna lica registrovana prema važećim zakonima o udruženjima i fondacijama u BiH;**
- **Pojedinci, političke stranke, OCD povezane sa političkim strankama, međunarodne i strane organizacije, vladine institucije te vjerske zajednice nemaju pravo učešća na ovom javnom pozivu;**



USLOVI I PROCEDURE

- U svaku zagovaračku kampanju **moraju biti uključene najmanje tri OCD iz najmanje tri različite ciljne lokalne zajednice** projekta PRAGG;
- **Dozvoljeno je da na ovaj javni poziv apliciraju i OCD sa sjedištem izvan ciljnih lokalnih zajednica**, pod uslovom da u zagovaračku kampanju uključe najmanje tri OCD-a iz tri različite ciljne lokalne zajednice;
- **Aplikant može aplicirati kao nosilac projekta sa maksimalno dvije aplikacije**, s tim da istom aplikantu može biti odobrena samo jedna aplikacija.
- **Jedna OCD može biti partnerska na više aplikacija i dobiti podršku kroz više odobrenih projekata.**
- **Aplikacije i prateća dokumentacija** (u elektronskoj formi) **dostavljaju se isključivo putem e-mail adrese: grantovi@pragg.ba.**



ROK I POTREBNA DOKUMENTACIJA

- **Javni poziv je otvoren do 29. aprila 2024. godine do 16:00 sati.**
- Obavezna aplikaciona dokumentacija:
 - Aplikacioni obrazac u elektronskoj formi (Word ili PDF dokument);
 - Rješenje o registraciji u elektronskoj formi (skeniran dokument) - za aplikanta i za partnerske OCD;
 - ID Broj/ Rješenje o registraciji u poreskoj upravi u elektronskoj formi (skeniran dokument) za aplikanta i za partnerske OCD;
 - Finansijski izvještaj za posljednju fiskalnu godinu u elektronskoj formi (skeniran dokument) – za Aplikanta;
 - Skenirane potpisane izjave o partnerstvu za sve partnerske organizacije.



SMJERNICE ZA APLIKANTE

- **Tematsko strateško partnerstvo** koje se bavi problemom koji je adresiran zagovaračkom kampanjom **čine najmanje tri OCD koje imaju sjedište u tri različite ciljne lokalne zajednice**. Tematsko strateško partnerstvo može uključivati i više od tri OCD.
- Tematsko strateško partnerstvo može uključivati i OCD čije je sjedište izvan ciljnih lokalnih zajednica PRAGG projekta, ali u tom slučaju u strateško partnerstvo moraju biti uključene i najmanje tri OCD iz različitih ciljnih lokalnih zajednica projekta PRAGG.
- **Fokus zagovaračke kampanje jeste zajednički rad OCD-a i građana na rješavanju konkretnog problema**, unutar jedne od tri prethodno navedene oblasti javnog poziva, za čije rješavanje su odgovorni predstavnici viših nivoa vlasti (kantonalni, enetitetski, državni nivo).



SMJERNICE ZA APLIKANTE

- Konkretnan problem na koji se fokusira zagovaračka kampanja mora biti detaljno opisan, te jasno pojašnjeno na koji nivo ili nivoe vlasti će biti usmjerena kampanja.
- Cilj/evi zagovaračke kampanje moraju proizilaziti iz opisa problema, a najmanje jedan od specifičnih ciljeva mora biti formulisan kao konkretnan zagovarački cilj.
- Aktivnosti u projektnom prijedlogu trebaju biti podijeljene u najmanje tri grupe, uz uvažavanje sljedećih smjernica:
 - **A: Javno-zagovaračka kampanja:**
 - **B: Međusobna saradnja OCD-a i drugih stejkholdera:**
 - **C: Jačanje kapaciteta:**



SMJERNICE DETALJNO

A: Javno-zagovaračka kampanja:

- Detaljno opisati javno-zagovaračke aktivnosti (npr. definisanje i slanje inicijative, sastanci sa donosiocima odluka, javni događaji sa predstavnicima vlasti i sl.), načine uključivanja građana (ulične akcije sa građanima, peticija, protest ...) i mehanizme konsultacija (javne rasprave, zbor građana, građanska inicijativa ...) sa donosiocima odluka putem kojih će se zagovarati rješenje problema.
- Detaljno opisati PR aktivnosti, kao podršku zagovaračkim aktivnostima kampanje (npr. gostovanja u emisijama, saopštenja za javnost, uspostavljanje društvenih mreža za potrebe kampanje, kreiranje video priloga, radio jinglovi, bilbord kampanja i sl.).
- S obzirom na to da zagovaračka kampanja mora ostati otvoreno i za sve druge OCD i građane koji žele da se uključe u rješavanje definisanog problema, neophodno je predvidjeti postojanje tematskog čvorišta kampanje (HUB-a) kao online prostora (npr. posebna tematska FB grupa ili neki drugi online alat) i/ili fizičkog prostora (kancelarije OCD-a), putem kojeg će zainteresovani građani i organizacije moći redovno dobijati i razmjenjivati informacije u vezi sa tijekom kampanje, dijeliti resurse i sinergijski djelovati ka rješenju problema kampanje.



SMJERNICE DETALJNO

B: Međusobna saradnja OCD-a i drugih stejkholdera:

- OCD uključene u zagovaračku kampanju moraju demonstrirati istinsku saradnju i opisati kako će donositi odluke, komunicirati i zajednički djelovati ka rješavanju problema kampanje. U tom smislu, u projektnom prijedlogu aplikanti trebaju predstaviti mehanizme međusobne komunikacije i saradnje, npr. kroz redovne zajedničke online ili offline sastanke, uspostavljanje grupa putem komunikacijskih platformi (npr. Viber, Hangout grupe), radi redovne razmjene informacija i koordinacije aktivnosti.
- OCD uključene u zagovaračku kampanju trebaju redovno prikupljati sve relevantne informacije, dostupne analize i istraživanja, medijske objave i sl., te ih objavljivati putem društvenih mreža, te na zajedničkoj platformi www.pragg.ba, kako bi i šira javnost, druge zainteresovane OCD i pojedinci imali mogućnost da dobiju sve informacije o kampanji i pridruže se zajedničkim naporima postojećih članica strateškog partnerstva.
- Kako bi dobili različite perspektive u vezi sa mogućim pravcima rješavanja problema, neophodno je predvidjeti saradnju sa ekspertima, praktičarima, profesorima, privrednicima, medijskim radnicima i drugima koji imaju relevantna iskustva iz oblasti kojom se bavi zagovaračka kampanja (najmanje dva grupna tematska sastanka i sl. u toku trajanja zagovaračke kampanje).



SMJERNICE DETALJNO

C: Jačanje kapaciteta:

- Podnositelj aplikacije, odnosno OCD nosilac projekta treba predvidjeti da će u slučaju odobrenja aplikacije, na početku implementacije projekta sudjelovati u programu samoprocjene i procjene organizacijskih kapaciteta KULT/POK[®] koji će provoditi Institut za razvoj mladih KULT. Po završetku procjene, OCD će dobiti mentorsku i savjetodavnu podršku u provedbi smjernica za poboljšanje interne strukture i eksternih procesa Udruženja. Sve članice zagovaračke kampanje, na raspolaganju će imati druge elemente važne za jačanje ljudskih i organizacijskih kapaciteta OCD, a koji će se naknadno usaglasiti po odobrenju projektne aplikacije.



SMJERNICE ZA APLIKANTE

- Kroz ovaj javni poziv neće biti podržane aplikacije koje:
 - se fokusiraju na probleme koji nisu povezani sa tri definisane oblasti javnog poziva;
 - u prvi plan stavljaju generalna istraživanja i anketiranja javnosti u vezi sa oblastima javnog poziva, bez zagovarčkih aktivnosti koje će voditi rješavanju nekog konkretnog problema. Naime, brojna istraživanja u ovim oblastima su već urađena i nema svrhe ponavljati ih, osim ako nisu striktno vezana za rješavanja nekog specifičnog problema i nisu ranije provedena.
 - u prvi plan stavljaju aktivnosti edukacija ili informisanja javnosti, umjesto da se fokusiraju na zagovaračke aktivnosti i obezbjeđe dobijanje podrške korisničke grupe na rješavanju konkretnih problema.



Budžet – Prihvatljivi troškovi

- 1. Plate i doprinosi** - uključuju naknadu troškova rada zaposlenika koji redovno rade na projektu. Ova stavka ne treba uključivati konsultantske honorare, privremene i povremene usluge osoblja i sve druge vrste usluga.
- 2. Zakup i komunalne usluge** - uključuje troškove za plaćanje zakupa kancelarije i troškove za komunalne usluge. Iznos troška za zakup i komunalne usluge treba biti odvojeno prikazan.
- 3. Kancelarijski materijal** – uključuje kupovinu kancelarijskog materijala.
- 4. Oprema** – uključuje kupovinu opreme koja treba biti upotrijebljena za vrijeme implementacije projekta, maksimalno do 10% od ukupne vrijednosti projekta.
- 5. Komunikacije i poštarina** – troškovi komunikacije uključuju troškove za telefon, fax, e-mail, i internet, zakupa domena/ servera, poštarina
- 6. Putni troškovi** – ova kategorija podrazumijeva troškove prevoza za lokalna putovanja, smještaj i dnevnice koji su napravljeni na službenom putu a koji su u vezi sa projektom.
- 7. Ugovorne usluge** – uključuju usluge koje su obezbjeđene na ugovaračkoj osnovi, uključujući: konsultantske naknade, privremene i povremene poslove, usluge prevođenja, iznajmljivanja opreme, usluge revizije, pravne usluge, usluge računovodstva i sl.
- 8. Drugi direktni troškovi** – podrazumijevaju sve direktne troškove koji nisu navedeni, kao što su troškovi javnih događaja – sastanaka, konferencija i sl., izrade promotivnih materijala, medijske promocije, iznajmljivanje opreme, bankovne provizije itd.



Budžet – neprihvatljivi troškovi

- a) Troškovi koji se odnose na aktivnosti koje nisu u vezi sa odobrenim prijedlogom projekta ili ne doprinose realizaciji istog;
- b) Dugovi i kamate;
- c) Kupovina zemljišta i zgrada;
- d) Zajmovi, pokloni, priznanja, donacije, kazne;
- e) Ostali neopravdani troškovi.



HVALA VAM NA PAŽNJI!

PRAGG Tim

