****

**الإطار المرجعي: إعادة إطلاق شاملة على المستوى العالمي**

1. **حول الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة (IPPF)**

على مدى 70 عاماً، كان الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة (IPPF) واحداً من أبرز مقدمي الصحة الإنجابية والجنسية ويناصر حماية وتعزيز الحقوق الإنجابية والجنسية.

يعمل الإتحاد الدولي لتنظيم الأسرة في أكثر من 140 دولة ويتكون من 132 جمعية أعضاء مملوكة ومُدارة محلياً. وتدعم هذه الجمعيات وتوفر الخدمات الصحية، وتساعد في حماية ودفع السياسات إلى الأمام للمساعدة في تحسين حياة الأشخاص الذين يسعون للحصول على رعاية صحية آمنة وعالية الجودة وبتكاليف ضمن متناول اليد. هدفنا بسيط: لن نستثني أي إنسان، وسوف نضمن أن يحصل كل إنسان في كل مكان على حقه في الاستقلالية الجسدية ويمارس حقه من خلال حرية الاختيار الجنسية والإنجابية.

1. **الهدف من إعادة الإطلاق**

في شهر تشرين الثاني/نوفمبر 2022، أصبح عمر الاتحاد 70 عاماً وللاحتفاء بهذا الإنجاز، تبنى اتحاد الدولي لتنظيم الأسرة استراتيجية جديدة جريئة هي [تظافر الجهود 2023-2028](https://www.ippf.org/resource/2023-2028-strategy). تعكس الاستراتيجية "الجديدة" للاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة إلى إرساء اتجاه جريء للاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة ليكون أجرئ وأشجع وأكثر غضباً من أي وقت مضى. تضع الاستراتيجية الشباب والإبداع في محور طريقة تقديمنا الرعاية، ولكي نجسد هذا، نحن بحاجة إلى تصوّر جديد لعلامة الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الشباب ولكي نقدم أفضل رعاية ممكنة. سوف تكون الاستراتيجية متسقة مع ميثاق القيم الجديد الذي يُعرّف القيم الأساسية ورسالة الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة.

الهدف من إعادة الإطلاق على مستوى العالم هو منح صوتاً ومظهراً وإحساساً خارجياً لميثاق القيم واستراتيجية تظافر الجهود 2023-2028، وسوف تسير عملية وضع ميثاق القيم بشكل وثيق مع عملية إعادة الإطلاق على المستوى العالمي.

1. **مجال العمل**
* خلق وتقديم شعار جديد ومواد إعلانية تشمل جميع الأصول على شبكة الإنترنت والأصول غير المتصلة بالإنترنت (سوف يُؤكد هذا حالما يحدث تدقيق الأصول). سوف تُرسل جميع الملفات الخام (RAW) إلى الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة عند اكتمالها.
* ورشات تصوّر العلامة ومقابلات مع الأطراف الداخلية والخارجية المعنية من خلال المقابلات النوعية والاستطلاعات الكمية.
* إجراء تحليل منافس.
* تطوير استراتيجية العلامة (المبادئ التوجهية، ونبرة الصوت والرسائل ودليل اللغة المُحدّث).
* العمل مع الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة لتصميم وإصدار الندوات عبر الإنترنت لتشجيع الجمعيات الأعضاء ومشاركة الشباب.
* العمل مع مستشارين من أطراف ثالثة للمساعدة في وضع لغة وخطاب من خلال وضع إطار الأصول والعدسات متعددة الجوانب.
* المساعدة في وضع (لكن دون تنفيذ) حملة إعادة الإطلاق في الربع الأول من عام 2024.
1. **المسار الزمني**

سوف تكون عملية إعادة الإطلاق على مستوى العالم عملية تمتد على مدى 12 شهر. تجدر الإشارة إلى أن تصميم حملة الإطلاق مشمولة ضمن هذه المدة، لكن تنفيذها ليس ضمنها وسوف تُذكر وتُموّل بشكل منفصل بوصفها مكوّن إضافي.

|  |  |
| --- | --- |
| **المرحلة الأولى: ضم وكالة إبداعية وإطلاق تدقيق العلامة ومرحلة تصوّر العلامة**  | **الربع الأول من عام 2023**منتصف شباط/فبراير: ضم وكالة إبداعيةشباط-فبراير - آذار/مارس: تدقيق أصل العلامة (داخلياً) وتصوّر العلامة من خلال سلسلة من الورشات والمقابلات والندوات عبر الإنترنت مع الشباب والجمعيات الأعضاء. يبدأ بحث تحليل المنافس. |
| **المرحلة الثانية: تدقيق معمّق للعلامة، والتحليل ووضع اللمسات النهائية على تصوّر العلامة وأول إصدار لمفاهيم التصميم (البصري واللفظي)** | **الربع الثاني من عام 2023**نيسان/أبريل - أيار/مايو: وضع اللمسات النهائية على النتائج وبدء تأليف نتائج الورشات، والتدقيق، وعمل تصوّر العلامة، وتحليل المنافس للاستفادة منها في المسودة الأولى من علامة الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة. أيار/مايو-حزيران/يونيو: أول إصدار لأصول التصميم لإعادة الإطلاق. العمل مع وضع أطر للأصول في اللغة وصوت العلامة وإرسال الرسائل. |
| **المرحلة الثالثة: الحوار والمعارضة** | **الربع الثالث من عام 2023**تموز/يوليو-آب/أغسطس: سلسلة من الندوات عبر الإنترنت والاستقصاءات للحصول على انطباعات الأطراف المعنية حول الإطلاق الأول لمظهر والشعور واستراتيجية العلامة.أيلول/سبتمبر-تشرين الأول/أكتوبر: وضع الإطلاق الثاني للعلامة باستخدام الرؤى والانطباعات. |
| **المرحلة الرابعة: التسليم النهائي** | **الربع الرابع من عام 2023**تشرين الأول/أكتوبر: تسليم جميع الأصول الموافق عليهاتشرين الثاني/نوفمبر-كانون الأول/ديسمبر: صياغة وتصميم حملة على مدى 8 أسابيع حول إعادة إطلاق العلامة |
| **المرحلة الخامسة: حملة الإطلاق الرسمي** | **الربع الأول من عام 2024**كانون الثاني/يناير-شباط/فبراير: بدء حملة إعادة الإطلاق |

1. **الميزانية**
* حد أقصى قدره $650,000 بما يشمل ضريبة القيمة المضافة والضريبة إن كان هذا منطبقاً.
* سوف يُتفق على شروط السداد مع الوكالة الناجحة.
1. **متطلبات الوكالة**
* يجب أن تكون وكالة إبداعية قائمة لمدة لا تقل عن 10 سنوات.
* سوف تُمنح الأولوية إلى الوكالات الموجودة في الجنوب العالمي. يجب أن يكون لدى جميع الوكالات المتقدمة مكتب عالمي موجود في مواقع جغرافية متعددة.
* تستطيع أن تعرض بوضوح دراستي حالة على الأقل لإعادة إطلاق على المستوى العالمي (لا تحتاج أن تكون منظمة غير حكومية دولية لكن إن كان لديها خبرة عمل مع منظمات غير ربحية، سيكون هذا أمراً مثالياً).
* يجب أن يكون لديها خبرة مُثبتة في مجال البحث ومشاورات مجموعات التركيز.
* يجب أن تلتزم بمدونة السلوك الخاصة بالاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة وسياسة الحماية
* تستطيع أن تعمل باستخدام اللغات الرئيسة في الاتحاد الدولي لتنظيم الأسرة وهي الإنكليزية والفرنسية والإسبانية والعربية عندما يُطلب منها.
1. **كيفية التقدّم**

يرجى إرسال تفصيلاً لمقاربتكم مع اقتراح مذكور فيه التكاليف مع ذكر المعلومات ذات الصلة حول وكالتكم مع الأخذ في الاعتبار متطلبات الوكالة إلى أمينة خان، وهي المديرة العالمية للاتصالات والشؤون الرقمية، عبر البريد الإلكتروني rebrand@ippf.org

**أقصى موعد للتقديم هو يوم الجمعة 16 شباط/فبراير 2023.**