



REPUBLIKA E SHQIPËRISË

MINISTRIA E BUJQËSISË  
DHE ZHVILLIMIT RURAL

Nr. \_\_\_\_\_ Prot.

Tiranë më , \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .2019

### **FTESË PËR NEGOCIM**

**Autoriteti kontraktor:** Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural.

**Objekti:** “Prodhim dhe trasmetim të spoteve në kuadër të “Organizim aktiviteti me temë “Shqipëria punon tokën”

**Fondi limit:** **18,034,752** (tetëmbëdhjetë million e tridhjetë e katër mijë e shtatëqind e pesëdhjetë e dy) lekë pa TVSH, vënë në dispozicion nga buxheti i shtetit, për vitin 2019.

**Afati i kryerjes së shërbimit:** 10 ditë nga nënshkrimi i kontratës.

**Data e zhvillimit:** 22.10.2019 ora 10:30

**Vendi:** Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Drejtoria e Prokurimeve dhe partneriteteve.

**Afati kohor për dorëzimin e ofertave:** 22.10.2019 ora 10:00

**Vendi:** Ministria e Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Protokolli

#### **Rreth Panairit:**

MBZHR ka si synim promovimin e Panairit “Shqipëria punon tokën” për të promovuar të gjithë prodhuesit dhe operatorët ekonomikë të sektorit të bujqësisë në Shqipëri. Ky panair është një mundësi shumë e mirë jo vetëm për ekspozimin e produkteve dhe teknologjive bujqësore, por edhe për të krijuar sa më shumë lidhje për shkëmbime dhe biznes. Panairi do të zhvillohet në muajin Nëntor 2019 dhe do t’u ofrojë përfaqësuesve të Agrobiznesit shqiptar mundësinë të promovojnë gamën e gjerë të produkteve të tyre ashtu si edhe do t’i ndihmojë ata të kapërcejnë kufijtë duke lidhur ura bashkëpunimi me njeri-tjetrin dhe me konsumatorin për të promovuar cilësitë e prodhimeve shqiptare. Në këtë panair do të ekspozojnë kompanitë që prodhojnë, tregtojnë produkte në fushën bujqësore.

#### **Objektivi:**

Për promovimin e Panairit “Shqipëria punon tokën”, MBZHR është duke kërkuar një operator ekonomik të specializuar dhe me eksperiencë në fushën e komunikimit për të ideuar konceptin kreativ, për realizimin e materialeve grafike dhe audiovizive, për të hartuar strategjinë e komunikimit si dhe zhvillimin e fushatës mediatike për promovimin e panairit. Qëllimi është

promovimi gjithëpërfshirës i panairit nëpërmjet një informacioni të saktë dhe të përqendruar në kohe të shkurtër (deri në 7 ditë).

Në këtë këndvështrim, elementet përbërës së fushatës promovuese të panairit “Shqipëria punon tokën” duhet të orientohen sipas disa kritereve, tilla si:

1. Përgatitja dhe zhvillimi i strategjisë së komunikimit e cila duhet të jetë gjithëpërfshirëse dhe në shumë medime në mënyrë që të sigurojë një audience të gjerë, të arrije të komunikojë me të gjitha targetet si dhe të realizojë sa më shumë kontakte për të bërë të njohur aspektet më të rëndësishme të panairit. Mediumet e propozuara janë televizion, radio, portale, gazeta).
2. Krijim, zhvillim dhe realizim i konceptit kreativ për promovimin e panairit nëperputhje me strategjinë e hartuar;
3. Materialet kreative duhet të jenë të një standarti të lartë audio-viziv dhe grafik.
4. Fushata duhet të shoqerohet dhe me një analizë të impaktit të arritur si dhe me një monitorim të të gjitha aktiviteteve në media si dhe raport me evidenca të qarta (foto, video, skanime, etj.)

#### **Specifika teknike te sherbimeve qe kerkohen:**

1. Krijim, zhvillim dhe realizim i konceptit kreativ, materialet qe do te perdoren ne fushate, konceptimi i fushates mediatike dhe plan shperndarja ne medime per promovimin e panairit në lidhje me konceptin kreativ duhet pasur parasysht:
  - Qartesia e problematikes: prezantimi i sherbimeve dhe prezantimi i Panairit.
  - Imazhet duhet te jete te spikatura, te qarta dhe te dallueshem.
  - Elementet video duhet te jete nje kombinim i balancuar i 3 elementeve: Ze, figure dhe informacion.
  - Grafika duhet te jete e thjeshte per ti dhene me shume hapsire shperndarjes se informacionit.
  - Imazhi i fushates duhet te jete i unifikuuar ne te gjithë medimet qe do te perdoren (TV, Radio, Shtyp, Grafike, Portale online).
  - Fushata e komunikimit duhet te jete gjithëperfshirëse dhe ne shume medime ne menyre qe te siguroje nje audience te gjere, te arrije te komunikojë me te gjitha targetet si dhe te realizojë sa me shume kontakte per te bere te njohur aspektet me te rendesishme te panairit.

Operatori ekonomik duhet te prezantoi konceprin e tij kreativ dhe planifikimin e fushates sensibilizuese ne media qe do te permbaje elementet e meposhtem per te paraqitur sa me qarte idene dhe elementet e fushates:

- permbajtjen e mesazhit dhe informacioni i perzgjidhur per tu perdorur.

- Koncepti dhe permbajtja e cdo elementi kreativ duke perdorur materiale grafike dhe audio-video per te gjitha mediumet per te dhene nje ide te qarte te krijimtarise se perdorur qe perfshin dhe skenarin, tekstin dhe anen grafike.
  - Shperndarjen detajuar per cdo medium te fushates se komunikimit.
2. Realizim i materialeve kreative per promovimin e panairit. Ne lidhje me materialet kreative qe do te perdoren gjate fushates se komunikimit duhe pasur parasysh:
    - 2.1. Realizim i nje spoti audio-video 60 sekonda qe do te shperndahet ne TV. Ne menyre qe te jene sa me eficient, materiali viziv duhet te krijohen si nje kombinim i punes grafike, animacionit dhe xhirimeve reale ne te pakten 3 vendxhirime. Spoti TV do te prodhohet me mjete profesionale te cilesise se larte HD ne te gjitha etapat e tij. Nje version i ketij spoti deri ne 30 sekonda duhet pergatitur dhe formatuar per tu perdorur ne rrjetet sociale.
    - 2.2. Realizimi i grafikes dhe elementet plotesuese per komunikimin e fushates ne mediat dhe portalet online. Ne menyre qe efektet te jene sa me eficente, banerat duhet te krijohen si nje kombinim i mire i punes grafike dhe animacionit. Banerat duhet te pershtaten me permasat e vendosjes ne portalet online.
    - 2.3. Realizimi i grafikes te fushates se komunikimit median e shkruar. Materiali grafik dhe mesazhi duhet te konceprohet i qarte ne dy versionet bardhe e zi dhe me ngjyra ne varesi te botimeve ne median e shkruar.
    - 2.4. Krijimi dhe realizimi i 1 spoti audio 60 sekonda qe do te perdoret per transmetime ne Radio me cilesi te larte audio.
  3. Te gjitha materialet kreative per promovimin e panairit duhet te jene te aprovuara nga MBZHR perpara perdorimit te tyre ne fushate.

Te gjitha te drejtat e perdorimit te pasurise intelektuale te materialeve kreative qe perfshijne grafiken, audion dhe videon do te jene te MBZHR.

4. Zhvillimi i fushates se komunikimit ne mediat elektronike, te shkruara dhe online e cila do te pembaje:
  - 4.1. Planifikim dhe transmetim ne hapesirat publicitare dhe shperndarje e Spoteve TV ne televizionet kombetare dhe ato me mbulim te gjere gjeografik kombetar dhe nderkombetar te listuara me poshte: Top Channel, TV Klan, Vizion+, Neës24, Ora Neës, A1 Report, TVSH, Fax Neës, Scan TV, A2CNN, ABC Neës. Planifikimi ne kanalet TV duhet bere per te arritur nje mbulim uniform ne kater fashat orare me kohezgjatje te barabarte nga ora 7:00 deri ne 23:30 me shikueshmeri me te larte per 7 dite rrjesht per te arritur jo me pak se 4 spote ose 240 sekonda transmetim ne dite per cdo kanal TV.

- 4.2. Planifikim, transmetim ne hapësirave publicitare dhe shpërndarje e spotit audio ne radiot me te ndjekura dhe shtrirje te gjere gjeografike te listuara me poshte:  
Top Albania Radio, Club FM, Radio Station, Love Radio dhe NRG Radio. Planifikimi duhet bere per te arritur nje mbulim uniform ne gjashte fashat orare me degjushmeri me te larte nga ora 7:00 deri ne 23:00. Numri mesatar ditor i spoteve te jete 6 ose 360 sekonda transmetim cdo dite gjate 7 diteve transmetim.
- 4.3. Planifikim, publikim ne shtypin e shkruar me te lexuar te listuara si me poshte:  
Panorama, Shekulli, Gazeta Shqiptare, Koha Jone, Shqiptarja.com, Revista Monitor, Dita, Standard, Telegraf, Monitor, Sot dhe Tema. Publikimi do jete ditor per cdo te perditeshme gjate 7 diteve me publikime sa  $\frac{1}{4}$  e faqes. Revista Monitor do te kete 1 publikim ne faqe te plote.
- 4.4. Planifikim, dhe shpërndarje e imazhit reklamues te Panairit ne portalet online me te lexuara te listuara si vijon: balkanweb, noa.al, oraneës.tv, shqiptarja.com, lapsi.al, mapo.al, kohajone.com, shekulli.com.al, gazetatema.net, newsport.al, newsbomb.al, lajmifundit.al, opinion.al, anabel.al, living.al, panorama.com.al, dritare.net, tiranatoday.al, top-channel.tv, hapur.al, gazetadita.al, gazetashqip.al, Lexo.al, Syri.net dhe Pamfleti. Publikimi duhet te realizohet me bannera me hapsira te dedikuara me dimensione jo me te vogla se 300x250 Piksel ne home page ne versionin desktop dhe mobile te portaleve me prezence gjate 7 diteve.
- 4.5. Planifikimi i komunikimit duhet te permbaje nje format ku te specifikohen te gjitha detajet e planifikimit te cdo mediumi si; cmimi per cdo botim apo transmetim sipas cdo fashe kohore, ditet e transmetimit dhe publikimeve, specifikat e cdo transmetimi apo publikimi (madhesi, gjatesi, audience e parashikuar)...etj.
- 4.6. Ne fund te fushates do te dorezohen ne forme elektronike te gjitha materialet e perdorura gjate transmetimeve apo publikimeve si dhe evidencat per cdo transmetim te spoteve (regjistrime te transmetimeve qe permban spotin televiziv dhe radiofonik te transmetuar me date dhe ore), cdo publikim te reklamave per cdo médium te shkruar dhe online (kopje te botimit te reklames te seciles gazete per cdo date, foto per cdo dite te publikimit ne portale te shoqeruar me date dhe ore.
5. Afati i realizimit të të shërbimeve si më sipër do të jetë një periudhë prej 10 (dhjetë) ditësh nga nënshkrimi i kontratës.

## **A. KRITERET KUALIFIKUESE:**

### **Dokumentacioni ligjor që duhet paraqitur si kriter kualifikues:**

1. Vertetim i lëshuar nga administrata tatimore ku vertetohet se subjekti ka plotësuar detyrimet fiskale, ka paguar të gjitha detyrimet e sigurimeve shoqërore, të lëshuar nga Administrata Tatimore.

Dokumentacioni të jetë origjinal ose kopje e noterizuar i lëshuar brenda 3 muajve të fundit (vërtetimet e QKB-së dhe administratës tatimore).

2. Një vërtetim që konfirmon shlyerjen e të gjitha detyrimeve të maturuara të energjisë elektrike të kontratave të energjisë që ka operatori ekonomik që është i regjistruar në Shqipëri. Mosshlyerja e detyrimeve të energjisë elektrike përbën shkak për skualifikimin e operatorit ekonomik, përveç rastit kur rezulton se detyrimet e papaguara të energjisë elektrike, të konfirmuara në vërtetimin e lëshuar nga furnizuesi, janë në proces ankimi në gjykatë.
3. Ofertën ku të jetë specifikuar oferta sipas zërave të shërbimit. Oferta të përfshijë cmim për njësi ditore trasmetimi/publikimi për cdo media (të shkruar apo online).
4. Shërbime me natyrë të ngjashme të realizuara gjatë 10 viteve të fundit, për këtë të paraqitet kontratë përkatëse dhe faturë tatimore si dhe kopje të materialit në format CD/DVD/USB.
5. Deklaratë mbi Konfliktin e Interesit (vetëdeklarim).
6. Deklaratë mbi gjëndjen gjyqësore (vetëdeklarim).
7. Operatori ekonomik të ketë të punësuar me kontratë shërbimi si dhe CV personale për punonjësit si më poshtë:
  - a. 1 Drejtor Kreativ, përgjegjës për drejtimin e grupit artistik dhe dorëzimit të materialeve me cilësi të lartë, me mbi 5 vite eksperiencë;
  - b. 1 Skenarist dhe tekstshkrues, përgjegjës për hartimin e skenarit të videos dhe dorëzimit të materialeve me cilësi të lartë;
  - c. 1 Regjisor, përgjegjës për drejtimin e xhirimeve dhe dorëzimit të materialeve me cilësi të lartë, me mbi 5 vite eksperiencë;
  - d. 1 specialist fotografie, përgjegjës për ndriçimin, aparatet e xhimit dhe organizimin punës me qëllim dorëzimin e materialeve me cilësi të lartë, me mbi 5 vite eksperiencë;
  - e. 1 Media Strategjist përgjegjës për strategjinë e fushatës për të promovim gjithëpërfshires në medime me mbi 5 vite eksperiencë në fushën e strategjisë dhe planifikimit të fushatave publicitare;
  - f. 1 Analist Rrjeti përgjegjës për transmetimin e spoteve në TV, Radio si dhe publikimeve në të përditshmet dhe portalet online të planifikuara në lidhje me fushatën;
8. Projekt ide të realizimit të spoteve dhe dokumentarit.

Përzgjedhja e ofertave do të bëhet sipas pikës nr. 7 dhe 12, të VKM nr. 1195 datë 05.08.2008

**Pikët e vlerësimit:**

**1. Dokumentacioni tekniko – ligjor:**

Vlerësohet me 50 pikë dokumentacioni tekniko ligjor i paraqitur, si më poshtë:

- 20 pikë përvoja të mëparshme;
- 20 projekt ideja;
- 10 pikë stafi/personeli që do të angazhohet për realizimin e shërbimit. Operatori ekonomik të paraqes deklaratë angazhimi gjatë periudhës së realizimit si dhe diploma/certifikata kualifikimi përkatëse për secilin punonjës.

**2. Oferta ekonomike:**

Vlerësohet me 50 pikë oferta më e ulët ekonomike e operatorit.

Oferta ekonomike të paraqitet me kosto ditore për trasmetimet përkatëse si dhe vlera totale për 7 ditë trasmetim.

Dokumentat që do të paraqiten të jenë origjinal ose fotokopje të noterizuara. Dokumentat duhet të jenë në gjuhën shqipe.

Ofertat duhet të jenë të mbyllura në zarf, të vulosura dhe do të dorëzohen nga përfaqësuesit e shoqërive zyrtarisht pranë Minsitrisë së Bujqësisë dhe Zhvillimit Rural, Zyra e Protokollit, kati i parë, para orës së përcaktuar në ftesë.

**KRYETAR I KOMISIONIT**

**ELISA TENEQEXHI**