



Tiranë, më 06.11.2014

Nr. Prot.....

FTESË PËR NEGOCIATA

DREJTUAR: ORGANEVE TË MASMEDIAS, AGJENCIVE TË SPECIALIZUARA

Në mbështetje të VKM-së Nr. 185, datë 02.04.2014, "Për përcaktimin e mënyrës së realizimit të kontrollit mjekësor bazë për shtetasit e moshës 40-65 vjeç", të nenit 7, të ligjit Nr. 9643, datë 20.11.2006, "Për prokurimin publik", të ndryshuar, në VKM-në Nr. 1195, datë 05.08.2008, "Për blerjen, zhvillimin, prodhimin e bashkëprodhimin e programeve a të reklamave për transmetim nga operatorët radioteleviziv ose botim në median e shkruar, dhe për kontratat, për kohë transmetimi, nga organet e administratës shtetërore", si dhe në VKA-në Nr. 78, datë 27.05.2014, "Për përdorimin e buxhetit të parashikuar për kontroll shëndetësor bazë", Fondi i Sigurimit të Detyrueshëm të Kujdesit Shëndetësor do të zhvillojë fushatën e informimit dhe komunikimit për programin e Kontrollit Mjekësor Bazë pa pagesë për popullatën 40-65 vjeç.

Objekti: "Fushata e informimit dhe komunikimit për programin e Kontrollit Mjekësor Bazë pa pagesë për popullatën 40-65 vjeç", i cili duhet të përfshijë:

- a. Konceptimin dhe krijimin e imazhit të fushatës informuese për grupmoshën 40-65 vjeç, e cila përmban: Dezinjimin e Logos (*brand and logotype*), elementë të tjerë shoqërues të imazhit korporativ (*corporate identity*) dhe i materialeve të printuara (Poster/Fletëpalosje/Fletushka/Aplikime të tjera komunikimi);
- b. Përgatitja e Spoteve Televizive, Spoteve Radiofonike dhe materialeve të tjera të komunikimit për median elektronike, atë të printuar, outdoor dhe online të Programit të Kontrollit Bazë Shëndetësor pa Pagesë për popullatën 40-65 vjeç.

Nevoja e kryerjes së fushatës informuese: Është ndërgjegjësimi i popullatës për rëndësinë e kryerjes së Kontrollit Mjekësor Bazë, për faktorët e rrezikut dhe sëmundshmërinë më prevalente me qëllim kujdesin për shëndetin, parandalimin e sëmundjeve dhe komplikacioneve, zbulimin e hershëm të çrregullimeve, mjekimin në fazat e hershme dhe përmirësimin e kulturës shëndetësore, prej të cilit do të përfitojnë të gjithë shtetasit e grupmoshës 40-65 vjeç me qëndrim të përhershëm në Republikën e Shqipërisë.

Periudha e realizimit: 10 ditë nga lidhja e kontratës.

Fondi limit: Fondi limit i vendosur në dispozicion për Konceptimin dhe krijimin, përgatitjen e Spoteve Televizive, Spoteve Radiofonike dhe materialeve të tjera të komunikimit për median elektronike, atë të printuar, outdoor dhe online, me fond limit 5.000.000 lekë me TVSH.

Afati për dorëzimin e ofertave: Afati i fundit për paraqitjen e konfirmimeve nga organet e medias/Agjencitë e Specializuara, është deri më 13.11.2014, ora 10.00 pranë Fondit të Sigurimit të Detyrueshëm të Kujdesit Shëndetësor, Tiranë.

Konfirmimet për vazhdimësinë e negociatave: Konfirmimet duhet të vijnë të gjitha në një ditë të vetme, të mbyllura në zarf, të shënuara me adresë dhe emërtimin e subjektit, në rast të kundërt ato do të refuzohen dhe do të kthehen të pahapura.

Rrjedhimisht, jeni i ftuar të paraqisni pranë autoritetit tonë kontraktor:

Emri:	Fondi i Sigurimit të Detyrueshëm të Kujdesit Shëndetësor
Adresa:	Rruga "Sami Frashëri", Nr. 8, Tiranë
Tel/Fax:	+355 422 32814
Adresa e Internetit:	www.fsdksh.com.al
Në emër të:	Drejtorit të Përgjithshëm dhe/ose Komisionit për Ndjekjen e Procedurave për Realizimin e Fushatës së informimit dhe komunikimit për programin e Kontrollit Mjekësor Bazë pa pagesë për popullatën 40-65 vjeç.
E-mail:	rcela@isksh.com.al
Gjuha për hartimin e ofertave:	Shqip

Në zbatim të një prej zotimeve themelore programore në sektorin e shëndetësisë, Qeveria Shqiptare mori më 2 Prill 2014 një vendim tjetër shumë të rëndësishëm, atë të përcaktimit të mënyrës së realizimit të kontrollit mjekësor bazë për shtetasit e moshës 40 - 65 vjeç. Ky është edhe hapi i parë i rëndësishëm dhe konkret, drejt kalimit të sistemit të kujdesit shëndetësor në Shqipëri në mbulim universal.

Kontrolli mjekësor bazë është një program kombëtar që synon depistimin e popullatës për faktorët e rrezikut dhe sëmundjet prevalente me qëllim kujdesin për shëndetin, parandalimin e sëmundjeve dhe komplikacioneve, zbulimin e hershëm të çrregullimeve, mjekimin në fazat e hershme dhe përmirësimin e kulturës shëndetësore. Kështu, të gjithë shtetasit e grupmoshës 40-65 vjeç me qëndrim të përhershëm në Republikën e Shqipërisë, përfitojnë pa pagesë nga programi kombëtar i kontrollit mjekësor bazë.

Fushata e informimit dhe komunikimit të programit kombëtar të Kontrollit Mjekësor Bazë fillon të zbatohet brenda vitit 2014, e cila përmban:

- a. Konceptimin dhe krijimin e imazhit të fushtatës informuese për grupmoshën 40-65 vjeç, e cila përmban: Dezinjimin e Logos (*brand and logotype*), elementë të tjerë shoqërues të imazhit korporativ (*corporate identity*) dhe i materialeve të printuara (Poster, / Fletëpalosje / Fletushka / Aplikime të tjera komunikimi);
- b. Përgatitja e Spoteve Televizive, Spoteve Radiofonike dhe materialeve të tjera të komunikimit për median elektronike, atë të printuar, outdoor dhe online të Programit të Kontrollit Bazë Shëndetësor pa Pagesë për popullatën 40-65 vjeç.

Profili i Fushatës Ndërgjegjësuere

1. Fushata ndërgjegjësuere i'u drejtohet së pari të gjithë shtetasve të grupmoshës 40-65 vjeç me qëndrim të përhershëm në Republikën e Shqipërisë, të identifikuar nga të dhënat e Ministrisë së Punëve të Brendshme dhe të regjistrit elektronik, që administrohet nga mjekët e përgjithshëm të qendrave shëndetësore; gjithashtu, ajo u drejtohet të rinjve, prindërve, familjeve, institucioneve qeveritare dhe joqeveritare, si dhe publikut të gjerë;
2. Qëllimi i fushatës është që të bëjë të njohur programin e kontrollit mjekësor bazë pa pagesë për popullatën 40-65 vjeç, por edhe për publikun e gjerë në Shqipëri;
3. Fushata ndërgjegjësuere nuk zhvillohet për qëllime përfitimi;
4. Fushata ndërgjegjësuere duhet të përcillet në nivel kombëtar;
5. Fushata ndërgjegjësuere do të supervizohet nga Fondi I Sigurimit të Detyrueshëm të Kujdesit Shëndetësor(Fondi);
6. Fondi ka të drejtën e autorit për të gjithë elementët ndërgjegjësuere të fushatës.

KERKESAT SPECIFIKE

1. Konceptimin dhe krijimin e imazhit të fushtatës informuese për grupmoshën 40-65 vjeç, e cila përmban: Dezinjimin e Logos (*brand and logotype*), elementë të tjerë shoqërues të imazhit korporativ (*corporate identity*) dhe i materialeve të printuara (Poster / Fletëpalosje / Fletushka / Aplikime të tjera komunikimi);

Krijimi i imazhit të fushatës informuese është një element i rëndësishëm i cili duhet të fokusohet në këto elemente:

- **Përgatitjen e Logos (stemës)** së Programit të kontrollit Mjekësor Bazë Pa Pagesë për Popullatën 40-65 vjeç. Në këtë aspekt, dezinjuesi duhet të marrë në konsideratë:
 - a) Imazhi të jetë me ngjyra;
 - b) Të jetë i printueshëm me ngjyra si dhe në bardhë e zi;
 - c) Të jetë i kuptueshëm dhe i lexueshëm;
 - d) Të propozohen minimumi 3 logo të ndryshme;
 - e) Logo të jetë në formate të ndryshme për botime të vogla dhe të mëdha;
 - f) Logo duhet të ketë cilësi të lartë;
 - g) Imazhi i dezinjuar në logo duhet të jetë origjinal dhe jo i kopjuar apo përpunuar bazuar në imazhe të tjera;

- **Dezinjimi i materialeve të printuara** për Programit të kontrollit Mjekësor Bazë Pa Pagesë për Popullatën 40-65 vjeç (Poster, / Fletëpalosje / Fletushka / Aplikime të tjera komunikimi) duke marrë në konsideratë kriteret e mëposhtme:
 - a) Dezinjimi i Posterave / Fletëpalosjeve / Fletushkave dhe Aplikime të tjera komunikimive në 3 design dhe formate të ndryshme për secilin prej materialeve që do të printohen;
 - b) Të gjitha materialet duhet të jenë miqësore, të pranueshme dhe të lexueshme;
 - c) Të jetë të printueshme me ngjyra si dhe bardhë e zi;
 - d) Të kenë të vendosur diku Logo e Programit;
 - e) Të kenë cilësi të lartë;
 - f) Materialet e dezinjuara duhet të jenë origjinale dhe jo të kopjuar apo përpunuar bazuar në imazhe të tjera;
 - g) Miratimi paraprak për përzgjedhjen e secilit prej materialeve të përmendura do të bëhet vetëm pasi të jenë testuar nga Fondi;

2. Përgatitja e Spoteve Televizive, Spoteve Radiofonike dhe materialeve të tjera të komunikimit për median elektronike, atë të printuar, outdoor dhe online të Programit të Kontrollit Bazë Shëndetësor pa Pagesë për popullatën 40-65 vjeç.

Kompania që do të marrë përsipër këtë element të fushatës, duhet të fokusohet në elementet e mëposhtëm:

- Përgatitjen e spotit televiziv dhe atij radiofonik në të paktën 3 versione secili, në konsultim të vazhdueshëm ekipin mbikqyrës të fushatës së FSDKSH;
- Imazhet që do të përdoren duhet të jetë i përshtatshëm dhe i kuptueshëm nga grupi i shënjestruar i audiencës 40-65 vjeç, por edhe publiku më i gjerë;
- Spotet fillestare televizive për konsultim duhet të paraqiten në versionin 30 sekonda, ndërsa ato radiofonike 30 - 60 sekonda;
- Spoti televiziv dhe ai radiofonik përfundimtar duhet të paraqiten në kohëzgjatjen (10/ 20/ 30/60 sekonda);
- Format i spoteve duhet të jetë i transmetueshëm nga çdo TV / Radio në Shqipëri dhe platformat e rrjeteve online të komunikimit;
- Sporti televiziv final duhet të paraqitet edhe në formatin DVD;
- Për Radion mesazhi të jetë i qartë dhe me zë të përshtatshëm për grupin e shënjestruar të audiencës 40-65 vjeç;
- Testim paraprak i spoteve të komunikimit

Testim paraprak i materialeve të komunikimit (përfshin logon dhe dizajnin e materialeve).

Informacione apo kërkesa shtesë:

Dokumentacioni ligjor që duhet paraqitur si kriter kualifikues:

-Ekstrakt dhe gjendje e regjistrimit të QKR, që verteton se operatori ushtron aktivitetin ekonomik tregtar me objektin e procedurës së negocimit. Gjendja e Regjistrimit duhet të përcaktojë dhe statusin e subjektit (Statusi Aktiv).

-Vertetim i lëshuar nga administrata tatimore ku vertetohet se:

a) ka plotësuar detyrimet fiskale,

b) ka paguar të gjitha detyrimet e sigurimeve shoqërore, të lëshuar nga Administrata Tatimore

-Bilancet e dy viteve të fundit financiare

-Dokumentacioni te jete origjinal ose kopje e noterizuar i leshuar brenda 3 muajve te fundit (vertetimet e QKR dhe administrates tatimore)

-Oferta duhet të përfshijë të gjitha elementet e kërkuara nga ky dokument, dhe duhet të specifikojë zë për zë secilin prej elementeve të fushatës dhe më pas të paraqitet një shifër totale e kostos për të gjithë ofertën. Çmimi duhet të përfshijë lëvrimin e materialeve dhe koston e transportit dhe dorëzimit të tyre në destinacion.

-Strategjia për idenë e realizimit.

-CV të firmës dhe përshkrim të detajuar të projekteve/kontratave të ngjashme. Kontrata të se njëjtës natyrë të realizuara gjatë dy viteve të fundit, do të vleresohen me sistem pikëzimi.

-Pagesa do të bëhet me transfertë bankare në llogaritë e kompanisë.

Pikët e Ofertave

Përzgjedhja e ofertave do të bëhet sipas pikës nr. 7 të VKM nr.1195 datë 05.08.2008 “Për blerjen, zhvillimin, prodhimin e bashkëprodhimin e programeve a të reklamave për transmetim nga operatorët radioteleviziv ose botim në median e shkruar, dhe për kontratat, për kohë transmetimi, nga organet e administrates shtetërore”,

Vlerësimi:

- **Vlerësohet me 40 pikë krijimi i imazhit të fushatës, nga të cilat:**

Ideja e dezinjimit të Logos (*brand and logotype*), elementë të tjerë shoqërues të imazhit korporativ (*corporate identity*) dhe i materialeve të printuara (Poster, / Fletëpalosje / Fletushka / Aplikime të tjera komunikimi) = 20 pikë.

Ideja e realizimit te Reklamës / spotit e cila përmban:

Regjia, montazhi efektet + 3D Compositing, audio-video, kameraman, staf ndihmues, etj), pershtatshmeria e projekteve te paraqitura studiot = 20 pikë.

- **Vleresohet me 10 pike kontrata te ngjashme:**

Numri me i madh i projekteve (buxheti i kontratave te ngjashme) vleresohet me maksimumin e pikeve dhe ne rend zbrites ne menyre perpjestimore.

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

Oferta ekonomike do të jetë e paraqitur në Lek me TVSH dhe do të jetë zë i vecantë në ofertë si dhe në kontratë.

Ofertuesit kanë të drejtë të marrin pjesë në procesin e hapjes së ofertave (perfaqesuesit apo personat me autorizim).

Ofertat duhet të jenë të mbyllura në zarf, të vulosura dhe do të dorëzohen nga përfaqësuesit e shoqërive zyrtarisht pranë Fondit të Sigurimit të Detyrueshëm të Kujdesit Shëndetësor) ose dorazi para komisionit në datën dhe orën e përcaktuar.

Komisioni nuk do të pranojë asnjë ofertë e cila do të dorëzohet tej afatit të përcaktuar dhe jo në përputhje me kërkesat e mësipërme.

Vlerësimi i Ofertave

Përzgjedhja e ofertave do të bëhet sipas pikës 12 të VKM-në Nr. 1195, datë 05.08.2008, “Për blerjen, zhvillimin, prodhimin e bashkëprodhimin e programeve a të reklamave për transmetim nga operatorët radioteleviziv ose botim në median e shkruar, dhe për kontratat, për kohë transmetimi, nga organet e administratës shtetërore”.

Jemi në pritje të konfirmimit tuaj për negocim.

Astrit Beci

Drejtor i Përgjithshëm