



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE
SEKRETARI I PËRGJITHSHËM

Nr. 46 / 4 prot.

Tiranë, më 23.01.2019

FTESË PËR NEGOCIATË

Drejtuar: Agjencive të Specializuara

Në mbështetje të Vendimit të Këshillit të Ministrave, nr. 1195, datë 05.08.2008 “Për blerjen, zhvillimin, prodhimin dhe bashkëprodhimin, e programeve a të reklamave për transmetim nga operatorët radiotelevizivë ose botim në median e shkruar dhe për kontratat, për kohë transmetimi, nga organet e administratës shtetërore” dhe Vendimit të Këshillit të Ministrave nr. 292, datë 02.05.2012 “Për miratimin e Strategjisë së Kalimit nga Transmetimet Analoge në Transmetimet Numerike”, Autoriteti i Mediave Audiovizive do të realizojë procedurën “Për prodhimin e 6 (gjashtë) spoteve informuese, transmetim spotesh në 14 (katërbëdhjetë) website (portale online) me objekt “Informimin e publikut për procesin e kalimit nga transmetimet analoge në ato numerike, me fond limit: **12.468.333 lekë, pa TVSH.**

Nevoja për prodhimin e spoteve: Nevoja e prodhimit të spoteve të reja informuese mbi procesin e kalimit nga transmetimet analoge në ato numerike ka lindur pasi, spotet e mëparshme kanë qenë më tepër me karakter teknik dhe për këtë arsye ishin të pakuptueshme nga publiku i gjerë. Spotet që do të prodhohen janë të karakterit informativ/kulturor, të cilat përthithen më thjeshtë nga publiku dhe synohet qasja sa më afër publikut duke përdorur grupmosha të caktuara, fëmijë/të rritur/ aktorë. Në këto spote është ritheksuar se nëse nuk pajisen me dekodera nuk mund të shikojnë kanalet televizive.

Objekti i spoteve do të jetë: “Informimi i publikut për procesin e kalimit nga transmetimet analoge në transmetimet numerike”.

Numri i Spoteve: Duke iu referuar “Strategjisë së Komunikimit” dhe njoftimit mbi mbylljen e transmetimeve analoge më datën 1 shtator 2019 në qarqet Tiranë, Durrës dhe Vlorë, kërkohet prodhimi i 6 (gjashtë) tipologji spotesh informuese si më poshtë:

1. Tipologjia e spotit nr. 1 (Reklama Informuese)

Trajtimi i një varianti klasik ku ndiqen të gjitha etapat që duhen kryer për procesin e konvertimit në platformën digjitale/numerike, duke vendosur theksin tek rëndësia e procesit, përfitimet nga ky proces, hapat dhe çfarë duhet bërë, kostot, evitimi i radhëve të gjata dhe afati përfundimtar shoqëruar nga një slogan. Në pah të dale gjithashtu se, TV i vjetër

(analog), nuk del jashtë funksionit sikurse dhe ilustrimi i dekoderëve të jashtëm të televizorit (analog flat): a) kabulli antenës (për të dy llojet), b) kabulli analog SCART (për të dy llojet) dhe c) kabulli digjital HDMI (për TV flat screen). Kjo video do të jetë ilustruese, deskriptive me animacion, grafikë dhe video, narruar audiovizualisht nga një person. Kohëzgjatja e spotit: jo më pak se 30 sekonda.

2. Tipologjia e spotit nr. 2 (Spot Jo-konvencional)

Vendosja e një video spoti 30 sekonda, ku në 15 sekondat e para në spot ekrani i televizorit bëhet "blackout" me miza. Mandej shfaqen radhë të gjata dhe panik në dyqanet e dekoderave (pamje filmike reale nga zhvillimet e mëparshëm, vetëm njerëz jo pika shitje apo reklama), në një hark kohor prej 10 sekondash. Më pas kjo shoqërohet me një mesazh ndërgjegjësues mbi nevojën dhe kujtesën e qytetarit se pse duhet të nxitojnë të tërheqin dekoderin DVB-T2 me qëllim edhe evitimin e radhëve dhe situatave të panevojshme shoqëruar nga slogani dhe afati. Shembull: *Nxito Tani! 1 Shtator 2019 dita e fundit ku ju duhet të bëni ripërditësimin e televizorit tuaj!*

3. Tipologjia e spotit nr. 3 (Variant pa aktore)

Si një variant i mundshëm është ndërtimi i të gjithë spotit mbi përcjellje informacioni për cilësinë, sigurinë e fëmijëve, shtimit të gamës së kanaleve; do të jetë në qendër të vëmendjes, si blerja e dekoderit DVB-T2 ashtu edhe momenti kur platforma e re vihet në punë. Kohëzgjatja e spotit: jo më pak se 30 sekonda.

4. Tipologjia e spotit nr. 4 (Spot me disa akte - aktorë)

Prodhimi i një video me personazhe që trajtojnë përditshmërinë e tyre me thjeshtësi duke treguar gjithë procesin dhe rëndësinë për t'u transformuar nga analog në digjital përmes dozave të humorit. Ky spot mund të jetë i ndarë në katër akte me nga 30 sekonda secili (30 sekonda/spot televiziv). I njëjti personazh përcillet si fëmijë, student, kryefamiljarë dhe i moshuar. Në çdo akt ai dështon për shkak të mosadaptimit të televizorit të tij brenda afatit, dhe kjo gjë ndikon në momente kyçe të përditshmërisë së tij. Mbyllja mund të jetë – *mbaj fjalën...bli dekoderin mos përfundo/gabo si (personazhi)...data 1 Shtator 2019 është shansi juaj i fundit.*

Personazhet duhet të jenë nga mosha 10 vjeç deri 65 vjeç. Nuk është e nevojshme që personazhet të jenë persona të njohur nga bota e artit apo e jetës shoqërore në Shqipëri.

5. Tipologjia e spotit nr. 5 (Spot teknik)

Është e rëndësishme që brenda një harku prej 30 sekondave të trajtohet një spot televiziv i cili është shterues në funksion të informimit të qytetarëve nëse televizorit të tyre do t'i duhet një dekoder DVB-T2 apo televizori i tyre e ka atë të inkuorporuar brenda tij. Kjo mund të trajtohet përmes një personazhi me ilustrim. Paraqiten dy raste me televizorë të rinj "flat", përkatësisht pa/me dekoder DVB-T2 të integruar. Në rastin e parë ilustron kërkimi automatik, i cili nuk nxjerr asnjë kanal. Në rastin e dytë pas kërkimit automatik dalin të gjithë kanalet në transmetim. Paralelisht mund të integrohet ideja se edhe pse, transmetimet analoge nuk janë fikur ende në disa zona të vendit, pajisja me dekoder **DVB-T2** mundëson aksesin në dy deri në trefish të programeve pa pagesë.

6. Tipologjia e spotit nr. 6 (Spot me personazh të njohur)

Konceptimi i një video 1 minutë kohë televizive/portale online e cila trajton në mënyrë jo konvencionale një personazh popullor ku në qendër të spotit vendosen dy televizorë në sfond përballë njëri-tjetrit me animacion në një sfond të bardhë ose ambient shtëpie/familjar me dy figura/portrete (*një personazh*) që komunikojnë me njëri-tjetrin. Brenda televizorit është i njëjti personazh që nga një anë del me pak zhurmë, miza në ekran dhe jo shumë i qartë. Ndërkohë në televizorin tjetër, i njëjti personazh që dëgjohet qartë, me figurë të rregullt dhe me rezolucion të qartë figure. I dyti, informon të parin rreth procesit të digjitalizimit, përfitimit nga ky proces, afatit dhe hapave për t'u ndjekur me qëllim kalimin pa problem nga platforma analog në digjital. Ky spot bazohet në dialog dhe animacion.

Kritere të veçanta për spotet

Në të gjitha spotet, në fund, të shihet qartazi në ekran logo e AMA-s, adresa web e Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA) dhe të dy numrat e Call Center të vendosur në dispozicion për informimin e publikut mbi procesin e digjitalizimit.

Si dhe slogani: **Mjaft më me analog, kalo në digjital.**

(1 shtator 2019) afati juaj i fundit në qarqet (Tiranë, Durrës, Vlorë)*

**kjo pjesë të jetë e modifikueshme sipas afateve dhe qarqeve që do të vijojnë me kalimin e transmetimeve nga analog në digjital.*

Mesazhet e rëndësishme për t'iu transmetuar publikut:

- *Transmetimet digjitale kanë filluar në zonën Tiranë – Durrës;*
- *Transmetimet analoge do të ndërpriten shumë shpejt;*
- *Nëse nuk pajiseni me dekoder DVB-T2 nuk do të mund të shihni më transmetime televizive;*
- *Duhet theksuar se pajisja me dekoder DVB-T2 është e detyrueshme vetëm për transmetimet tokësore;*
- *Ky dekoder nuk është i detyrueshëm për transmetimet satelitore, kabllore dhe IPTV;*
- *Të evidentohen qartazi në mënyrë vizuale se cilat janë transmetimet satelitore, tokësore dhe IPTV.*

Nevoja për transmetimin e spoteve në portale online (website): Për të realizuar qëllimin e fushatës për informimin e publikut për kalimin në transmetimet numerike, shihet e nevojshme transmetimi i spoteve përmes web-site (portale online). Edhe në vendin tonë, vitet e fundit, web-site (portale online) shqiptare, janë kthyer në pika të rëndësishme referimi për informimin e publikut, si për ngjarje të veçanta shoqërore e kulturore, ashtu edhe për zhvillime që prekin interesat e një publiku gjithnjë edhe më të shumtë, siç është dhe procesi i digjitalizimit. Transmetimi i spoteve informuese për digjitalizimin përmes web-site (portale online) do të tërheqë vëmendjen e vizitorëve të tyre për këtë zhvillim të ri mediatik e shoqëror, do të ritheksojë rëndësinë e procesit të digjitalizimit; do të shtojë shikueshmërinë e spoteve, do të zgjerojë e lehtësojë aksesin e publikut në proces; si dhe do të përforcojë informacionin e marrë përmes mjeteve të tjera të komunikimit publik për veçoritë dhe përfitimet prej digjitalizimit. Gjithashtu, transmetimi i spoteve informuese të AMA-s për digjitalizimin përmes web-site (portale online) synon të informojë veçanërisht atë pjesë të publikut, të përbërë nga grupmosha të caktuara, të prirë për t'u informuar nga këto kanale të reja komunikimi dhe jo nga ato të konsideruara si “klasike”.

Numri i portaleve online (website): 14 (katërmbëdhjetë) website (portale online) më të mira në treg.

Kohëzgjatja e transmetimit të spoteve në portale: Për një periudhë 6 muaj.

Audienca e Targetuar: Publiku shqipfolës i interesuar në këtë proces.

Mënyra e transmetimit në portale: Do të kryhet përmes një foto reklamuese me përmasa minimalisht 100 x 100 px. Klikimi i kësaj fotoje të delegon tek faqja zyrtare e AMA-s, ku do të gjenden spotet për fushatën e informimit të publikut për procesin e digjitalizimit.

Vendosja e fotos reklamuese: Vend i dukshëm në momentin kur hapet faqja kryesore e portalit.

Fondi limit i përcaktuar: 12.468.333 lekë pa TVSH.

Periudha e realizimit të spoteve: 20 ditë kalendarike nga data e nënshkrimit të kontratës.

Periudha e transmetimit të spoteve në portale: 6 muaj, duke filluar nga data e dorëzimit të tyre në AMA.

➤ **Dokumentacioni ligjor që duhet paraqitur si kriter kualifikues**

1. Një dokument që vërteton se:
 - a) subjekti nuk është në proces falimentimi, (statusi aktiv);
 - b) fusha e veprimtarisë së subjektit është objekt i kontratës.

Kërkesat si më sipër, plotësohen me dorëzimin e Ekstraktit Historik për të dhënat e subjektit tregtar të lëshuar nga Qendra Kombëtare e Biznesit (QKB).

2. Një dokument që vërteton se subjekti:
 - a) nuk është dënuar për shkelje penale;
 - b) nuk është dënuar me vendim të gjykatës së formës së prerë, që lidhet me aktivitetin profesional.

Kërkesat, si më sipër, plotësohen me vetëdeklarimin e subjektit, sipas Shtojcës 1 “Deklaratë mbi Gjendjen Gjyqësore”, bashkëlidhur.

3. Një dokument që vërteton se subjekti:
 - a) ka plotësuar detyrimet fiskale,
 - b) ka paguar të gjitha detyrimet e sigurimeve shoqërore, të lëshuar nga Administrata Tatimore.

Këto kritere (pikat 1, 3) duhet te vërtetohen përmes dokumenteve të lëshuar jo më parë se tre muaj nga dita e hapjes së ofertës.

Kapaciteti ekonomik dhe financiar:

1. Kopje të certifikuara të bilanceve, të paraqitura dhe konfirmuara nga organet tatimore për vitet 2016 dhe 2017.
2. Kopje të deklaratave të xhiros mesatare vjetore për 2 vitet e fundit 2016 dhe 2017, e cila të jetë të paktën sa 20% e vlerës të fondit limit.
3. Dëshmi nga agjencia e specializuar për shërbime të së njëjtës natyrë të realizuara gjatë 3 (tre) viteve të fundit të aktivitetit të operatorit, të vërtetuara me kontrata dhe vërtetime realizimi për këto kontrata dhe/ose fatura tatimore.
4. Deklarim nga agjencia e specializuar për portalet përmes të cilave do të ofrohet shërbimi i transmetimit të spoteve. (sipas Shtojca Nr. 2, bashkëlidhur "Formulari i Ofertës").

Të gjithë dokumentet duhet të jenë origjinale ose kopje të noterizuara të tyre dhe të jetë lëshuar jo më parë se 3 muaj nga data e zhvillimit të procedurës. Rastet e mosdorëzimit të një dokumenti, ose të dokumenteve të rreme e të pasakta, konsiderohen si kushte për skualifikim.

Kriteret e vlerësimit

Kushtet e veçanta, për përzgjedhjen e organeve të masmedias/agjencive të specializuara, janë:

- a) organi i masmedias/agjencia e specializuar (ndërkombëtar/e, kombëtar/e, vendor/e);
- b) çmimi i ofruar nga organi i masmedias/agjencia e specializuar;

20 pikë - Agjencia që rezulton me vlerën më të lartë të kontratave të ngjashme. Vlerësimi i subjekteve të tjerë do të llogaritet me përqindjen që vlera e kontratave të ngjashme zë në raport me vlerën e kontratave të agjencisë vlerësuar me 20 pikë.

80 pikë - Shoqëria që ofron çmimin më të ulët për prodhimin e spoteve dhe transmetimin në portale online.

Oferta ekonomike do të dorëzohet në përputhje me shtojcën Nr. 2, bashkëlidhur këtij procesverballi, (Formulari i Ofertës).

Të interesuarit duhet të dorëzojnë ofertën origjinale si dhe dokumentacionin e kërkuar më sipër të futur në një zarf jotransparent, të mbyllur, të vulosur dhe firmosur me emrin dhe adresën e ofertuesit.

Për këtë procedurë do të përzgjidhen agjencitë e specializuara, të cilat operojnë në fushën e marketingut dhe prodhimit të spoteve, pjesë e kësaj ftese për negociatë, të cilat do të jenë

profesioniste, të njohura dhe me një eksperiencë disa vjeçare në treg, në fushën e krijimit dhe prodhimit të reklamave, të cilat merren me prodhimin e këtij lloj shërbimi,.

Komisioni i ndjekjes së procedurave dhe hartimit të dokumenteve vendos që data përfundimtare për paraqitjen e kërkesës dhe dokumentacionit nga agjencitë e specializuara është data 30.01.2019, ora 11:00 pranë Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA).

Ofertuesit kanë të drejtë të marrin pjesë në procesin e hapjes së ofertave. Operatorët Ekonomikë duhet të dorëzojnë kërkesën origjinale dhe dokumentacionin përkatës, të futur në një zarf jotransparent, të vulosur dhe firmosur me emrin dhe adresën e operatorit dhe të shënuar:

“FTESË PËR NEGOCIATË” DHE “MOS E HAPNI, ME PËRJASHTIM TË RASTEVE KUR ËSHTË I PRANISHËM KOMISIONI I VLERËSIMIT TË OFERTËS DHE JO PARA DATËS 30 JANAR 2019, ora 11:00”.

Dokumentacioni duhet të dorëzohet nga përfaqësuesit e shoqërive zyrtarisht pranë Autoritetit të Mediave Audiovizive ose dorazi para Komisionit në datën dhe orën e përcaktuar në adresën si më poshtë vijon:

Emri: AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE
Adresa: Rr. “Papa Gjon Pali II”, Nr. 15, 1010, Tiranë
Tel/Fax: 04 2233006
Adresa e Internetit: www.ama.gov.al
Në emër të: Sekretarit të Përgjithshëm, Vera Muço
E-mail: info@ama.gov.al

Data përfundimtare për paraqitjen e kërkesës dhe dokumentacionit është data 30.01.2019, ora 11:00, pranë Autoritetit të Mediave Audiovizive.

Këtë ftesë për negociatë mund t’a gjeni dhe në faqen e internetit të Autoritetit të Mediave Audiovizive, në adresën <http://www.ama.gov.al>.

Jemi ne pritje të konfirmimit tuaj për negociim.

SEKRETARI I PËRGJITHSHËM

Vera Muço

Shtojca 1

DEKLARATË MBI GJENDJEN GJYQËSORE

Deklaratë e operatorit ekonomik pjesëmarrës në procedurën e prokurimit që do të zhvillohet në datë _____ nga Autoriteti Kontraktor _____ me objekt _____ me fond limit _____.

Unë i nënshkruari _____ me cilësinë _____ të operatorit ekonomik _____ deklaroj se:

- Operatori ekonomik _____ nuk është dënuar për shkelje penale.
- Operatori ekonomik _____ nuk është dënuar me vendim të gjykatës së formës së prerë, që lidhet me aktivitetin profesional.

Data e dorëzimit të deklaratës _____

Përfaqësuesi i ofertuesit _____

Nënshkrimi _____

Vula _____

Shtojca 2

FORMULARI I OFERTËS

Emri i Ofertuesit _____

Për: [_____]

Objekti: “Prodhimi i 6 (gjashtë) spoteve informuese, transmetim spotesh në 14 (katërbëdhjetë) website (portale online) me objekt “Informimin e publikut për procesin e kalimit nga transmetimet analoge në ato numerike””.

Nr.	Përshkrimi i Shërbimeve	Sasia	Çmimi Njësi	Çmimi Total	Afati
1	Spot (Tipologjia 1)	1			
2	Spot (Tipologjia 2)	1			
3	Spot (Tipologjia 3)	1			
4	Spot (Tipologjia 4)	1			
5	Spot (Tipologjia 5)	1			
6	Spot (Tipologjia 6)	1			
7	Transmetim në website (portale online për 6 muaj)	14			
Çmimi Neto					
TVSH (%)					
Çmimi Total					

Lista e 14 websiteve (portaleve online):

Nr.	Emërtimi portalit
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	

Nënshkrimi i ofertuesit _____

Vula _____