

FTESË PËR OFERTË

Emri dhe adresa e autoritetit kontraktor

Emri Fondacioni Agjensia Rajonale e Zhvillimit (SME), Korçë
Adresa Rruga “Konferenca e Pezës”, Pall. 1, Korçë, Shqipëri
Tel/Fax +355 822 42626 Cel. 0682034464
E-mail rdakorca@yahoo.com
Faqja e internetit www.rda-korca.org

Fondacioni “Agjensia Rajonale e Zhvillimit (SME)”, Korçë në kuadër të projektit financiar nga UNDEF (The United Nations Democracy Fund - Fondi për Zhvillimin e Demokracisë, Kombet e Bashkuara) me nr. **UDF-17-774-ALB “Tracking Campaign Promises in Albania – Ndjekja dhe verifikimi i premtimeve të fushatës zgjedhore në Shqipëri”** do të zhvillojë procedurën e prokurimit me vlerë të vogël me objekt:

- 1.1.1. Ekspert dizenjimi grafik – Brandim dhe dizenjimi i portalit Albanian Truth-o-Meter – Matësi Shqiptar i së vërtetës;
- 1.1.2. Ekspert video – Zhvillim i një video promovionale prej 30 - 40 sekondash për portalin dhe aplikacionin Truth-o-Meter – Matësi Shqiptar i së vërtetës;
- 1.1.4. Ekspert i marrëdhënieve publike – Hartim i një strategjie komunikimi për portalin dhe aplikacionin Truth-o-Meter – Matësi Shqiptar i së vërtetës;
- 1.2.1. Ekspert dizenjimi grafik: Dizenjimi i 201 infografëve dhe materiale të tjera multimediale;

Data e përcaktimit të ofertës fituese do të jetë 30.05.2019.

Jeni të lutur të paraqisni ofertën tuaj për këtë objekt prokurimi me këto të dhëna (specifikime të shërbimit) **brenda datës 27.05.2019 ora 16:00:**

- Brandim dhe dizenjimi i portalit Albanian Truth-o-Meter – Matësi Shqiptar i së Vërtetës;
- Zhvillim i një video promovionale prej 30 - 40 sekondash për portalin dhe aplikacionin Truth-o-Meter – Matësi Shqiptar i së Vërtetës;
- Hartimi i një strategjie komunikimi për portalin dhe aplikacionin e Matësit të së Vërtetës;
- Dizenjimi i 201 infografëve dhe materiale të tjera multimediale;

Oferta dhe dokumentacioni mbështetës mund të dërgohen me postë të zakonshme ose të dorëzohen dorazi në adresën: Fondacioni ARZH Korçë, Lagja 7, Rr. Konferenca e Pezës, Korçë, Shqipëri.

Dokumentacioni të dorëzohet në një kopje origjinale dhe në një fotokopje të futura në zarf secili ku të shkruhet respektivisht “Kopje origjinale” ose “Fotokopje”. Dy zarfat duhet të futen në një zarf të vetëm ku të shkruhet adresa e dërguesit dhe me mbishkrimin “Të hapet nga komisioni vetëm kur të zhvillohet procedura e përzgjedhjes”.

1. Kërkesat funksionale

Fondacioni “Agjensia Rajonale e Zhvillimit (SME)”, Korçë kërkon të realizojë një website/portal dhe aplikacion për telefona smart dhe tablet për menaxhimin e përmbajtjes dhe njoftimeve të cilat do të publikohen për përdoruesit e aplikacionit.

Më poshtë po paraqesim kërkesat funksionale që duhet të plotësojë website/portali dhe aplikacioni për menaxhimin e përmbajtjes.

Kushte të përgjithshme:

1.1.1. Ekspert dizenjimi grafik – Brandim dhe dizenjimi i portalit Albanian Truth- o- Meter – Matësi Shqiptar i të vërtetës

Dokumenti i brandimit dhe dizenjimit për “Matësin Shqiptar të së vërtetës” do të konsistojë në një broshurë grafike prej jo më shumë se 7 faqe, e cila do të përshkruajë me detaje:

- a. Ngjyrat që do të përdoren në format e të gjithë materialeve të brandimit që lidhen me aktivitetet e projektit (duke përfshirë ngjyrat që do përdoren në banera, postera, media sociale, publikime, portalin online, aplikacioni në telefon, etj). Ngjyrat duhet të reflektojnë një kërkim më të gjerë mbi portalet e ndërkombëtare të Matësit të së Vërtetës, me qëllim që të gjendet diçka që të reflektojë modelet të cilat më parë kanë funksionuar mirë për publikun;
- b. Tipografia dhe lloji i shkrimit do të përdoret në të gjitha materialet e brandimit, me qëllim që të ofrojë një vizion dhe imazh të unifikuar, të identifikueshëm për publikun;
- c. Një logo për “Matësin Shqiptar të së vërtetës”, e cila do të kombinojë tipografinë dhe ngjyrat. Do të zhvillohen dy – tre modele logosh me qëllim që zbatuesit e projektit të mund të kenë një përzgjedhje më të gjerë. Kjo fazë do të konsistojë në konsultime të vazhdueshme me zbatuesit e projektit derisa të bihet dakort për logon përfundimtare. Logoja duhet të përputhet me qëllimet dhe objektivat e projektit. Gjithashtu logoja duhet të ofrohet në sfonde dhe situata të tjera të ndryshme me qëllim që të jetë fleksibël në materiale të tjera brandimi;

- d. Integrimi i logos dhe ngjyrave në portalin dhe aplikacionin e “Matësit Shqiptar të së vërtetës”. Brandimi dhe dizenjimi duhet të reflektojnë materialet aktuale të dizenjimit të faqes dhe specifikimet e portalit dhe aplikacionit;
- e. Format të cilat do të shërbejnë si objekte të identifikueshme, të integruara me ngjyra dhe tipografi. Këto forma do të shërbejnë më mirë për të identifikuar materialet e branduara të projektit, pra për të forcuar logon e projektit për publikun.

Broshura e brandimit dhe dizenjimit duhet të jetë e shumëanshme: ngjyrat, logoja dhe tipografia duhet të jenë fleksibël në versionet dixhitale dhe të printuara. Ato gjithashtu duhet të jenë të ndryshueshme për të gjitha kanalet e shpërndarjes të përdorura në projekt, ndërkohë që ruhet përshtatja e tyre sipas çdo situatë dhe aktiviteti të përshkruar nga projekti.

1.1.2 Ekspert video – Zhvillim i një video promovionale prej 30 - 40 sekondash për portalin dhe aplikacionin Truth- o- Meter – Matësi Shqiptar i së vërtetës

Portali Shqiptar i Matësit të së vërtetës dhe aplikacioni për telefonat smart është një iniciativë e cila synon përgjegjshmërinë dhe transparencën më të mirë nga ana e vendim-marrësve shqiptarë, në nivel qeverisje lokale dhe qendrore. Matësi i së Vërtetës do të mbledhë premtimet parazgjedhore dhe zgjedhore të bëra nga politikanët shqiptarë dhe verifikimin e nivelit të përmbushjes ose mospërmbushjes së tyre. Pra, qytetarët shqiptarë do të jenë në gjendje të bëjnë përgjegjës përfaqësuesit e tyre dhe të gjejnë një burim të paanshëm i cili të informojë zgjidhjet më të mira për votim. Të gjitha të dhënat do të mblidhen, rishikohen dhe rifreskohen sistematikisht në një portal online dhe aplikacion (www.elektor.al).

Për të arritur një proces të detajuar për mbledhjen e të dhënave, Matësi Shqiptar i së Vërtetës duhet të arrijë sa më shumë qytetarë shqiptarë të jetë e mundur nga i gjithë vendi. Jo vetëm kjo, por portali online dhe aplikacioni duhet të jenë tepër të lehtë për t’u përdorur.

Një video promovionale prej 30 – 45 sekondash e krijuar në mënyrë profesionale është pjesë e kësaj iniciative për të arritur sa më shumë shqiptarë të jetë e mundur, të cilët do të jenë një ndihmësë e çmuar në identifikimin e premtimeve elektorale të realizuara, pjesërisht të realizuara ose të porealizuara nga ana e vendim-marrësve në zonën e tyre (pretendime të cilat do të analizohen nga stafi i Matësit të së Vërtetës).

Videoja promovionale prej 30 – 45 sekondash duhet të përmbajë komponentët e mëposhtëm:

- Një komponent që të prezantojë projektin me disa fjalë kyçe dhe logon e Matësit të së Vërtetës, siç përshkruhet në broshurën e brandimit dhe dizenjimit të siguruar paraprakisht nga stafi. Videoja në tërësi duhet të përputhet me ngjyrat, llojin e shkrimit dhe logon e Matësit të së Vërtetës të siguruar nga broshura e brandimit dhe dizenjimit;

- Një komponent që të përshkruajë funksionin e secilës menu të portalit online dhe aplikacionit. Stafi do të sigurojë informacion mbi portalin dhe menunë e aplikacionit si dhe nën-menutë paraprakisht;
- Një komponent që të ftojë qytetarët të përdorin këtë mekanizëm për t'u informuar më mirë gjatë kohës së zgjedhjeve. Një fokus i veçantë i këtij seksioni të videos do t'i jepet formës me anë të së cilës qytetarët të mund të sugjerojnë faktet, premtimet apo korrigjimet.

Përveç kësaj, videoja do të postohet dhe promovohet në mediat tradicionale dhe ato sociale të projektit (Facebook/ YouTube).

1.1.4 Ekspert i marrëdhënieve publike – Hartim i një strategjie komunikimi për portalin dhe aplikacionin e Matësit të së Vërtetës

Objektivi kryesor i portalit dhe aplikacionit për telefona smart të Matësit të së vërtetës mund të përmblihet në një fjali të gjerë: përgjegjshmëri më e mirë e zyrtarëve publikë ndaj publikut shqiptar. Sa më shumë fluks vizitorësh dhe lexues të hyjnë në portal, aq më shumë do të fitojnë informacion të vlefshëm se si zyrtarët e tyre të zgjedhur kanë realizuar premtimet elektorale, me pak fjalë të bëjnë përpjekje drejt zgjedhjes të përfaqësuesve të tillë që të jenë të përgjegjshëm.

Strategjia e komunikimit duhet të zhvillojë mekanizma dhe kanale që të maksimizojnë impaktin e portalit online “Matësi Shqiptar i së vërtetës”. Kjo strategji do të përbëhet nga një dokument jo më të gjatë se 5000 fjalë, i cili të përshkruajë me detaje:

- **Objektivat strategjike të komunikimit** në lidhje direkte me arritjet e qëllimeve kryesore të portalit. Objektivat strategjike të komunikimit duhet të bëhen të qarta, të jenë të arritshme dhe të ndahen në nën-objektiva;
- Një **analizë situatë**, që ka të bëjë me një rishikim teknik bazuar në kërkim mbi arsyet pse dhe si përpjekjet e mëparshme të bëra nga organizata dhe institucione të ndryshme shqiptare kanë dështuar të japin një sistem vëzhgimi elektorale të qëndrueshëm online. Analiza e kësaj situatë duhet të jetë e orientuar nga komunikimi;
- **Audienca e synuar** –një rishikim bazuar në kërkim se cilat janë audienca primare dhe sekondare të synuara që do arrihen me anë të promocionit të portalit të Matësit Shqiptar të së vërtetës. Klasifikimi i audiencës primare duhet të sigurojë prova duke kombinuar kërkime në burime të hapura, statistika nga studime dhe raporte, media sociale, etj;
- **Mesazhet kyç për secilën audiencë të synuar** – mesazhe të bazuara në kërkime për audiencën kryesore të synuar me qëllim maksimizimin e ndikimit, mundshmërisë dhe angazhimit të audiencës në informacionin e portalit. Mesazhet kyç duhet të hartohen në atë mënyrë që të reflektojnë objektivat e përgjithshme strategjike, objektivat e projektit dhe karakteristikat e qëndrimit për secilën audiencë të synuar;

- **Strategjitë dhe kanalet** – Ky seksion i strategjisë së komunikimit duhet të zhvillojë lidhje të zbatueshme midis audiencës / mesazheve kyç dhe portalit. Baza e provave duhet të sigurohet për arsyet se pse çdo kanal funksionon më mirë për audiencën e përzgjedhur dhe mesazhin. Çdo kanal shpërndarjeje mesazhi duhet të përshkruhet me detaje në këtë seksion të strategjisë së komunikimit;
- Një paraqitje kohore (**timeline**) fleksibël për çdo veprim / aktivitet të bazuar në komunikim. Çdo aktivitet komunikimi duhet të sinkronizohet me kuadrin kohor të projektit i cili do të sigurohet më përpara. Çdo aktivitet në këtë paraqitje kohore duhet të përshkruhet shkurtimisht: “çfarë, pse, ku, kur, si, audienca e synuar, objektivi, mesazhi kyç”;
- Një seksion **Risqet** i cili të përshkruajë se në çfarë mënyrë komponentët e strategjisë së komunikimit mund të mos jenë në gjendje të japin rezultate, ndërkohë që ofrohen zgjidhje;
- Një seksion **Monitorim dhe Vlerësim** që përshkruan me detaje se cila strategji komunikimi do të japë rezultate dhe si mund të maten më mirë ato.

1.2.1 Ekspert dizenjimi grafik: Dizënjim i 201 info-grafëve dhe materiale të tjera multimediale

Portali i Matësit Shqiptar të së Vërtetës dhe aplikacioni do të paraqiten me anë të materialeve grafike të tilla si infografët dhe banerat online, të cilat do të përdoren dhe shpërndahen në faqen e internetit (www.elektor.al) dhe në media sociale. 201 infografë dhe materiale të tjera multimediale të përshkruara më poshtë, do të kërkohen nga eksperti i dizenjimit grafik:

- 201 infografë, 140 që të ilustrojnë statistikën mbi premtimet elektorale të dhëna nga anëtarët e Kuvendit, dhe 61 që ilustrojnë premtimet e dhëna nga kryetarët e bashkive;
- Infografët do të reflektojnë udhëzimet e pasqyruara në dokumentin e brandimit dhe dizenjimit, ndërkohë që koordinohen me kuadrin kohor të komunikimit strategjik;
- Infografët do të tregojnë foto të qarta, biografi dhe të dhëna statistikore të paraqitura grafikisht të siguruara nga stafi i projektit;

Dizenjuesi grafik do të jetë në ngarkim të materialeve të tjera grafike sipas nevojës, kërkesave dhe qëllimeve të shpërndarjes së projektit si më poshtë:

- Banera;
- Axhenda online dhe offline / kalendare aktivitetesh;
- Materiale konferencash të printuara, së bashku me kërkesa për brandim dhe dizënjim;
- Postime në media sociale.

2. Planifikimi i buxhetit për ndërtimin e sistemit

Më poshtë paraqitet buxheti i planifikuar për të gjithë komponentët e sistemit që do ndërtohet si dhe për trajnimet e nevojshme të përdoruesve.

Nr.	Emërtimi	Sasia
1	Brandim dhe dizenjim i Matësit Shqiptar të së vërtetës;	25 ditë
2	Zhvillimi i një video promocionale prej 30 - 40 sekondash për portalin dhe aplikacionin Matësi Shqiptar i së Vërtetës;	8 ditë 1 video
3	Hartimi i një strategjie komunikimi për portalin dhe aplikacionin e Matësit Shqiptar të së vërtetës;	24 ditë 1 strategji komunikimi
4	Dizenjimi i 201 infografëve dhe materiale të tjera multimediale;	24 ditë 201 infografë

3. Afati kohor i implementimit të sistemit

Bazuar në komponentët e kërkuar të sistemit dhe nga studimi që ka bërë ARZH, vlerësohet që implementimi i këtij projekti për ndërtimin e sistemit informatik me funksionalitetet e përshkruara sa më sipër dhe trajnimin e stafit të zgjasë 4 javë. Në vijim po e paraqesim procesin në formën e një diagrame Gant duke e ndarë projektin në nivel të proceseve kryesore që pritet të zhvillohen:

Nr.	Emërtimi i fazës / Periudha kohore(muaj)	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
1	Brandim dhe dizenjim i Matësit Shqiptar të së vërtetës;							
2	Zhvillimi i një video promocionale prej 30 - 40 sekondash për portalin dhe aplikacionin Matësi Shqiptar i të vërtetës;							
3	Hartimi i një strategjie komunikimi për portalin dhe							

	aplikacionin e Matësit Shqiptar të së vërtetës;							
4	Dizenjimi i 201 infografëve dhe materiale të tjera multimediale;							
5	Marrja në dorëzim							

4. Kërkesa të tjera

- FARZH ka të drejta të plota mbi dizenjimin dhe përmbajtjen.
- Të jenë pa gabime sipas standardeve ndërkombëtare.
- Materialet do të zhvillohen vetëm në gjuhën shqipe.

5. Kriteret për kualifikim të Operatorëve Ekonomikë:

Operatori ekonomik i renditur i pari, përpara se të shpallet fitues, duhet të dorëzojë pranë Fondacionit ARZH, dokumentet si më poshtë:

- Ofertuesi duhet të jetë i regjistruar në regjistrat përkatës profesionalë ose tregtarë të shtetit në të cilin ata janë themeluar, duke vërtetuar personalitetin e tyre ligjor.
- Ofertuesi duhet të ketë të përfshirë në objektin e veprimtarisë së tij shërbime në fushën e teknologjisë së informacionit dhe të ketë minimalisht 3 vjet aktivitet sipas regjistrat tregtar, të vërtetuar sipas Ekstraktit të Regjistrat Tregtar.
- Ofertuesi duhet të provojë se nuk është në proces falimentimi (statusi aktiv);
- Operatori ekonomik duhet të paraqesë dy kontrata me anë të të cilave të vërtetojë kryerjen e shërbimeve me natyrë të ngjashme.

Afati i realizimit të shërbimit do të jetë 7 muaj duke filluar nga momenti i nënshkrimit të kontratës.

Në ofertën e tij, ofertuesi duhet të paraqesë të dhënat e plota të personit të kontaktit.