Bazuar në nenin 47 të Ligjit për përgjegjësinë e zgjeruar të prodhuesit për menaxhimin e rrymave të posaçme të mbeturinave (“Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 215/21) dhe Programit vjetor për financimin e menaxhimit të rrymave të posaçme të mbeturinave për vitin 2023 (“Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 27/23) dhe Programi për ndryshimin dhe plotësimin e Programit vjetor për financimin e menaxhimit të rrymave të posaçme të mbeturinave për vitin 2023 (“Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 189/23), Ministria e Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor shpall:

**Konkurs publik për zhvillimin dhe zbatimin e një fushate kombëtare për ngritjen e vetëdijes publike** **dhe edukimin e qytetarëve dhe subjekteve për trajtimin e rrymave të posaçme të mbeturinave**

# **Dispozitat e përgjithshme**

* 1. Shpërndarja e mjeteve nga pjesa II paragrafi (3) i Programit vjetor për financimin e menaxhimit të rrymave të posaçme të mbeturinave për vitin 2023 bëhet përmes konkursit publik, të cilin e shpall dhe e zbaton Ministria e Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor, me seli. sheshi "Presveta Bogorodica" nr. 3, 1000 Shkup (tel: 02/3251-490).

1.2 Përshkrimi i konkursit publik:

*Hyrje*

Qëllimi kryesor i këtij konkursi është ngritja e vetëdijes publike dhe përcjellja e informacionit që do të rrisë kuptimin e rëndësisë, efekteve dhe përfitimeve të një sistemi të mirë dhe të qëndrueshëm të menaxhimit të mbeturinave, duke forcuar kapacitetet e njësive të vetëqeverisjes vendore në këtë drejtim, të cilat në qasje aktuale më së shumti mbështeten në bashkëpunimin me faktorë të jashtëm si OJQ-të, sektori privat apo komuniteti akademik. Komunitetet dhe qytetarët individualë janë çelësi për rezultatet e suksesshme të krijimit të një sistemi të menaxhimit të mbeturinave, dhe ndërgjegjësimi i zhvilluar publik është përgjegjësi e të gjithëve, në mënyrë që të kuptojnë rolin e tyre dhe të ndjekin qasjen e duhur. **Një fushatë ndërgjegjësuese e konceptuar mirë kërkon qartësi në lidhje me rolet dhe përgjegjësitë e palëve të interesuara dhe atë që pritet nga të gjitha palët e përfshira në shoqëri.** Ndërtimi i marrëdhënieve kërkon kohë, besim, respekt të ndërsjellë dhe mirëkuptim që zhvillohen bazuar në përvojat dhe ndërveprimet individuale dhe kolektive.

**Kjo është arsyeja pse është veçanërisht e rëndësishme që të gjithë qytetarët të informohen se si funksionon qasja rajonale për menaxhimin e mbeturinave dhe çfarë do të thotë përzgjedhja parësore në shtëpi.** Gjithashtu, qëllimi është të kuptojmë se si opinioni i gjerë mendon për këtë çështje, pra të merren parasysh shqetësimet dhe interesat e tyre.

*Mesazhet kryesore*

* Përgjegjësia për menaxhimin e keq të mbeturinave i takon të gjitha palëve të interesuara: Qeverisë, komunave, personave juridikë që menaxhojnë mbeturinat, qytetarëve, sektorit privat (industria, prodhimi i energjisë dhe sektori i transportit). Të gjitha palët duhet dhe jenë të detyruara të punojnë drejt tejkalimit të problemit (menaxhimi i papërshtatshëm i mbeturinave) në të ardhmen. Ofrimi i informacionit publikut për praktikat e këqija të menaxhimit të mbeturinave, pasojat mjedisore, si dhe pasojat shëndetësore duhet t'i ndihmojë njerëzit të kuptojnë përgjegjësinë e tyre për mbeturinat dhe të krijojnë zakone për kontroll më të mirë mbi menaxhimin e mbeturinave.

Për më tepër, mesazhi duhet të synojë ndikimin e mbetjeve në ndryshimet klimatike.

**Të gjitha detyrat duhet të kryhen përmes përfshirjes së ngushtë dhe bashkëpunimit të rregullt me ​​MMJPH dhe në përputhje me objektivat e projektit.**

*Qëllimet e konkursit*

Zhvillimi dhe zbatimi i një fushate kombëtare për ngritjen e vetëdijes së publikut për menaxhimin e mbeturinave që do të mbështesë zbatimin e sistemeve rajonale të menaxhimit të mbeturinave dhe përzgjedhjen parësore të mbeturinave. Aktiviteti do të përfshijë një vlerësim të nivelit aktual të ndërgjegjësimit publik në lidhje me menaxhimin e mbeturinave në nivel kombëtar dhe në përputhje me rrethanat do të zhvillojë një koncept të fushatës kombëtare dhe do të ofrojë fushatën e ndërgjegjësimit publik për një periudhë prej të paktën 6 muajsh, duke përfshirë monitorimin e ndikimit të fushatës.

Qëllimi i fushatës është:

• Krijimi i njohurive kolektive dhe kuptimit të menaxhimit të mbeturinave, pasojave dhe efekteve negative të tij në shëndetin e njeriut;

• Të zhvillojë ndërgjegjësimin për nevojën e menaxhimit të mbeturinave dhe procedurat që mund të ndërmerren;

• T'i japë publikut mjete për të përmirësuar menaxhimin e mbeturinave;

• Të sigurojë që të gjitha çështjet që kanë të bëjnë me menaxhimin e mbeturinave ti komunikohen publikut;

• Të sigurohet që publiku i gjerë të kuptojë të dhënat në lidhje me menaxhimin e mbeturinave;

• Të hetojë perceptimin publik për ndryshimet klimatike në mënyrë që të përcaktojë boshllëqet në njohuri dhe ndërgjegjësim dhe të identifikojë veprimet dhe mjetet më efektive për të ndihmuar në zgjidhjen e mangësive;

• Të zhvillojë një koncept propozim për një fushatë kreative dhe të matshme, që synon të përmirësojë ndërgjegjësimin për shkaqet dhe efektet e ndryshimeve klimatike dhe të motivojë publikun e gjerë që të jetë më i vetëdijshëm për rolin e tyre në zbatimin e zgjidhjeve të propozuara në dokumentet më të fundit kombëtare strategjike klimatike;

• Të zhvillojë një slogan krijues me një thirrje frymëzuese për veprim klimatik për njerëzit që të veprojnë ose të ndryshojnë sjellje;

• Krijimi i marrëdhënieve efektive me të gjitha mediat përkatëse kombëtare dhe lokale, në mënyrë që të arrihet ndarja sa më e gjerë e tyre e artikujve dhe raporteve për të rritur ndërgjegjësimin për ndryshimet klimatike.

*Grupet e synuara*

Të gjithë janë të prekur nga menaxhimi i mbeturinave, andaj qëllimi është informimi i të gjithë qytetarëve të Republikës së Maqedonisë së Veriut. Për komunikim të suksesshëm, është thelbësore të njihen grupet e veçanta të synuara brenda qytetarisë, të cilave duhet t'u qasen përmes kanaleve dhe mjeteve të ndryshme të komunikimit. Mënyra se si grupet duan të marrin informacion ndryshon në varësi të informacionit që ata kërkojnë dhe çfarë i shqetëson. Kjo kërkon që të zhvillohen mesazhe të ndryshme, strategji të ndryshme komunikimi për secilin nga grupet e veçanta. Një mesazh që synon një përdorues individual është shumë më efektiv sesa një mesazh i përgjithshëm që synon një grup më të gjerë përdoruesish.

Një kombinim i kanaleve të komunikimit nevojitet për të arritur të gjitha grupet e synuara. Kanalet e përzgjedhura duhet të përshtaten për grupin e synuar specifik. Për një komunikim efektiv, duhet të plotësohen tre elementë bazë:

1) Qytetarët të kuptojnë mesazhin;

2) Qytetarët të marrin mesazhin që do të tërheqë vëmendjen e tyre;

3) Qytetarët të reagojnë ndaj mesazhit.

Nëse mesazhi nuk është i kuptueshëm, nëse nuk arrin grupin e tij të synuar, nëse duket se nuk lidhet me ta, ose nëse thjesht nuk regjistrohet fare, grupet nuk do të përgjigjen. Prandaj, duhet të sugjerohen kanalet më të mira për grupe specifike të synuara në mënyrë që fushata të mund të kryhet në mënyrë efikase sipas kufizimeve kohore dhe burimeve.

1.3. Mjetet për Konkursin Publik për zhvillimin dhe realizimin e fushatës kombëtare për ngritjen e vetëdijes publike dhe edukimin e qytetarëve dhe subjekteve për trajtimin e rrymave të posaçme të mbeturinave janë 15.000.000,00 denarë dhe janë ndarë për këto qëllime:

**ТАBELA 1:**

|  |
| --- |
| **Aktiviteti 1 Zhvillimi i një fushate kombëtare për të rritur ndërgjegjësimin e publikut për menaxhimin rajonal të mbeturinave, përzgjedhjen e mbeturinave dhe zbutjen e ndryshimeve klimatike bazuar në një vlerësim të njohurive ekzistuese të publikut të gjerë mbi temat;**  Bazuar në vlerësimin e tij, Kontraktori do të zhvillojë një fushatë kombëtare për të rritur ndërgjegjësimin e publikut për menaxhimin e mbeturinave.  Fushata do të propozojë aktivitete që do të drejtojnë dhe kërkojnë një ndryshim në sjelljen e qytetarëve në minumim aspektet e mëposhtme: menaxhimi i mbeturinave, depozitimi i mbeturinave, përzgjedhja e mbeturinave dhe reduktimi i gjenerimit të mbeturinave dhe kuptimi i ndryshimeve klimatike dhe ndikimi i menaxhimit të mbeturinave në to.  Fushata duhet të përfshijë gjithashtu promovimin e sistemeve të reja rajonale të menaxhimit të mbeturinave dhe të ofrojë informacion dhe udhëzime për qytetarët se si do të funksionojë sistemi dhe se ata kanë detyrimin të kontribuojnë në zbatimin efektiv të tij. Ky aktivitet do të zhvillohet në të gjitha komunat në territorin e shtetit.  Fushata mund të parashikojë veprime të ndryshme pilot, si instalime publike, demonstrime të përzgjedhjes korrekte, ndërgjegjësim publik në shkolla, përmbajtje multimediale dhe video spote, organizim të eventeve interaktive për promovimin e riciklimit, ripërdorimit dhe reduktimit të mbeturinave, etj.  Fushata duhet të zhvillojë një slogan krijues me një thirrje frymëzuese për veprim për parandalimin e mbeturinave për njerëzit që të veprojnë ose të ndryshojnë sjelljen e tyre dhe të parashikojë vendosjen e marrëdhënieve efektive me të gjitha mediat përkatëse kombëtare dhe lokale për të arritur ndarjen sa më të gjerë të artikujve dhe raporteve prej tyre për të rritur ndërgjegjësimin për ndikimin e tij në ndryshimet klimatike.  Gjatë përgatitjes së fushatës do të organizohen takime me akterët përkatës, veçanërisht përfaqësues të vetëqeverisjes lokale dhe do të zhvillohen aktivitete për të mundësuar pjesëmarrjen dhe kontributin e qytetarëve. |
| **Treguesit/Rezultatet për Aktivitetin Nr. 1**  Një fushatë e zhvilluar për të rritur ndërgjegjësimin e publikut për menaxhimin e mbetjeve |
| **Aktiviteti nr. 2 Zbatimi i një fushate multimediale për ndërgjegjësimin e publikut për një periudhë të paktën 6 mujore që do të mbështesë zbatimin e sistemeve rajonale të menaxhimit të mbeturinave, prezantimin e përzgjedhjes parësore dhe kuptimin e ndikimeve në ndryshimet klimatike;**  Bazuar në fushatën e përgatitur, Kontraktori do të përgatisë një Plan Veprimi për zbatimin e një fushate Multimediale për rritjen e ndërgjegjësimit të publikut për një periudhë prej të paktën 6 muajsh, duke përfshirë edhe trajnimet përkatëse.  Do të përgatiten të paktën tre video spote që do të transmetohen në nivel kombëtar dhe në rrjetet sociale në një periudhë të paktën 4 mujore; të paktën dy debate publike televizive do të organizohen në televizionet kombëtare për menaxhimin e mbeturinave dhe klimës dhe të paktën 8 emisione interaktive në stacionet televizive lokale në të gjitha rajonet planifikuese të vendit. Të paktën dy mesazhe televizive dhe radiofonike do të përgatiten dhe transmetohen në televizionet dhe radiot lokale në të gjitha rajonet planifikuese në një periudhë 6 mujore. Ato gjithashtu do të ndahen virtualisht.  Së paku dy trajnime do të organizohen për secilin rajon për përfaqësuesit e shoqatave civile dhe ndërmarrjeve komunale për organizimin e fushatave dhe transferimin e materialeve për ngritjen e vetëdijes publike. Trajnimi do të përfshijë të paktën 25 pjesëmarrës për rajon.  Zbatimi i të paktën një veprimi pilot në çdo rajon planifikues duke organizuar ngjarje interaktive për të promovuar riciklimin, ripërdorimin, reduktimin e mbeturinave dhe reduktimin e ndikimeve të ndryshimeve klimatike të shkaktuara nga sektori i mbeturinave.  Zhvillimi dhe shpërndarja e materialeve edukative në shkolla për të nxitur riciklimin, ripërdorimin, reduktimin e mbeturinave dhe aktivitetet për zbutjen e ndryshimeve klimatike. Materialet mund të jenë në formë letre ose elektronike (preferohet forma elektronike) dhe të shpërndahen në të gjitha shkollat ​​fillore në të gjitha qarqet e vendit.  Zhvillimi i zgjidhjeve kreative për instalimet apo tabelat informative në hapësirën publike të çdo rajoni planifikues, të cilat do të informojnë qytetarët për metodat e përzgjedhjes dhe që do të përdoren nga ndërmarrjet komunale. |
| **Treguesit/Rezultatet për Aktivitetin nr. 2**  Realizohet një fushatë multimediale për ndërgjegjësimin e publikut për një periudhë deri në 12 muaj, përmes aktiviteteve kryesore të mëposhtme:  1. Përgatit Plan Veprimin për zbatimin e një fushate Multimediale për ndërgjegjësimin e publikut për një periudhë të paktën 6 mujore, duke përfshirë edhe trajnimet përkatëse.  3. Përgatit 3 (tre) videoklipe dhe i transmetoi në (3) televizione kombëtare dhe (8) televizione lokale dhe në rrjetet sociale për një periudhë të paktën 4 muaj;  4. Realizon 3 (tre) debate publike televizive në 3 (tre) televizione kombëtare për menaxhimin e mbeturinave dhe klimës përmes materialeve të përgatitura, pjesëmarrësve dhe dhënies me qira të hapësirës mediatike;  5. Realizon 8 (tetë) emisione interaktive në stacionet televizive lokale në të gjitha rajonet planifikuese të vendit, me kohëzgjatje 20-25 minuta për episod me prezantues të përfshirë, skenografi, regjistrim dhe montazh;  6. Koncepton 2 (dy) mesazhe televizive dhe radiofonike dhe të transmetuara në televizionet dhe radiot kombëtare dhe lokale dhe praktikisht të ndara;  7. Kryhen 2 (dy) trajnime për secilin rajon për përfaqësues nga shoqatat civile dhe ndërmarrjet komunale për organizimin e fushatave me të paktën 25 pjesëmarrës për rajon;  8. Zbaton të paktën 1 (një) aksion pilot në çdo rajon planifikues duke organizuar evente interaktive për të nxitur riciklimin, ripërdorimin, reduktimin e mbeturinave dhe reduktimin e ndikimeve të ndryshimeve klimatike të shkaktuara nga sektori i mbeturinave;  9. Krijon dhe shpërndan materiale ndërvepruese për nevojat e trajnimit nga pika 7, Aktiviteti nr. 2;  10. Shpërndarjen e materialeve edukative në shkolla për të promovuar riciklimin, ripërdorimin, reduktimin e mbeturinave dhe aktivitetet për zbutjen e ndryshimeve klimatike.  11. Krijimi dhe instalimi i tabelave informative në hapësirën publike të çdo rajoni planifikues.  12. Përgatit raport tremujor dhe vjetor për aktivitetet e realizuara të Fushatës;  ***\**** ***Për të gjitha aktivitetet e parashikuara mediatike përmes TV, Radios dhe mediave sociale në formën e organizimit të debateve televizive, emisioneve televizive, video spoteve, kontraktori duhet të ketë parasysh edhe qiranë e hapësirës mediatike.*** |
|
| **Aktiviteti nr. 3 Monitorimi i ndikimit të Fushatës së Ndërgjegjësimit Publik në publikun e gjerë;**  Kontraktori do të monitorojë ndikimin e Fushatës për të rritur ndërgjegjësimin dhe njohuritë e publikut për grupet e synuara.  Kontraktori do të përgatisë një metodologji dhe mjete për të matur ndikimin dhe suksesin e fushatës ndërgjegjësuese.  Në fund të projektit, Kontraktori do të përgatisë një analizë të ndikimit të fushatës dhe suksesit dhe kontributit të saj në ndërgjegjësimin për menaxhimin e mbeturinave. |
| **Treguesit/Rezultatet për aktivitetin nr. 3**  Analizë e përgatitur e rezultateve të arritura nga zbatimi i Fushatës. |
|

Gjatë zhvillimit të Fushatës për ngritjen e vetëdijes së publikut për zvogëlimin e sasisë së mbeturinave dhe ndikimin e tyre në ndryshimet klimatike, të gjitha dokumentet dhe strategjitë për mbeturinat janë publikuar në ueb-faqen e Ministrisë [www.moepp.gov.mk](http://www.moepp.gov.mk) si dhe Strategjia e Maqedonisë për komunikim për ndryshimin e klimës dhe platforma kombëtare [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk), si mjete komunikimi për ndarjen e njohurive dhe ngritjen e vetëdijes.

Gjithashtu, për përhapjen e lajmit në rrjetet sociale janë aktive edhe profilet përkatëse të Ministrisë në Facebook dhe Instagram.

1. Me rastin e vlerësimit të ofertës së dorëzuar nga komisioni i formuar nga ministri i Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor, në pajtim me nenin 49 paragrafi (3) të këtij ligji, do të merren parasysh këto kritere:

**а. Kriteret bazë që duhet të plotësojë personi juridik për kryerjen e veprimtarive të menaxhimit të komunikimit dhe marrëdhënieve me publikun që merr pjesë në këtë konkurs janë:**

1. Personi juridik duhet të jetë i regjistruar në veprimtari të paktën pesë vjet përpara shpalljes së Konkursit.

* Dorëzimi i një Çertifikate të veprimtarisë së regjistruar nga Regjistri Qendror i RMV-së, si dëshmi se një person juridik është i regjistruar për kryerjen e veprimtarisë lidhur me subjektin e prokurimit ose dëshmi se i përket një shoqate profesionale përkatëse në përputhje me rregulloret e vendit ku është regjistruar, një faturë për taksat e paguara, kontributet dhe detyrimet e tjera publike nga një autoritet kompetent i vendit ku operatori ekonomik është i regjistruar, vërtetim se nuk është hapur asnjë procedurë falimentimi nga një autoritet kompetent ose një dokument i vetëm për të vërtetuar aftësia, konfirmimi se nuk është hapur asnjë procedurë likuidimi nga një autoritet kompetent ose një dokument i vetëm për të vërtetuar aftësinë. (jo më i vjetër se gjashtë muaj).

1. Kompania duhet të ketë të paktën dyfishin e të ardhurave të vlerës së konkurrencës në 3 vitet e fundit, të ketë të punësuar të paktën 10 persona, me të cilët kompamia do të dëshmojë se ka kapacitet për të zbatuar detyrat/aktivitetet e projektit nga Konkursi.

* Duke paraqitur Pasqyrën e të ardhurave totale të kompanisë (të dhënat nga pasqyra e të ardhurave të lëshuara nga autoriteti kompetent, d.m.th. pasqyra e rishikuar e të ardhurave), për tre vitet e fundit financiare (2020, 2021 dhe 2022) nga Regjistri Qendror i RMV-së, si dhe një vërtetim me listën e të punësuarve nga Agjencia e Punësimit të RMV (jo më e vjetër se gjashtë muaj).

1. Personi juridik duhet të ketë të paktën 3 (tre) punonjës të cilët posedojnë njohuri dhe aftësi dhe të kenë më shumë se 3 (tre) vjet përvojë pune në kompani me përvojë të dëshmuar në fushën e:

* Marrëdhëniet me publikun
* Mediat sociale
* Organizimi i eventeve
* Media dhe dhënia me qira e hapësirës mediatike
* Prerja e shtypit
* Projektimi dhe zhvillimi i zgjidhjeve kreative

Me paraqitjen e një kontrate pune, të plotësuar me një Deklaratë që përshkruan detyrat e kryera nga punonjësi në kompani dhe një biografi të shkurtër profesionale.

1. Shërbimet e prodhimit të videos dhe menaxhimit të përmbajtjes multimediale

Personi juridik duhet të ketë të paktën 3 (tre) referenca për angazhime të njëjta ose të ngjashme për fushatat e administratës publike (vendore/qendrore) ose të ngjashme me interes publik në 5 vitet e fundit.

* Letër konfirmimi ose referencë për projektet e realizuara me sukses për angazhime të njëjta ose të ngjashme për administratën publike (vendore dhe qendrore) nga përdoruesi, në 10 vitet e fundit.

**(Konfirmimet duhet të përmbajnë vlerën e realizuar të projektit, kohën dhe vendndodhjen e kryerjes së punimeve).**

1. Personi juridik ka punësuar të paktën 2 (dy) ekspertë të menaxhimit të mbeturinave dhe ka punësuar të paktën 1 (një) ekspert klimatik.

• Me paraqitjen e një Deklarate ku përshkruhen pozicionet e punës dhe detyrat e ekspertëve të punësuar në fushën e mbeturinave dhe klimës, duke bashkangjitur kontratat e punës për pozicionet e punës, të plotësuar me një biografi të shkurtër profesionale, dhe të punësohen të paktën për të gjithë kohëzgjatjen e Projektit.

**б. Vlerësimi i cilësisë së projekteve për personat juridikë, që plotësojnë kriteret bazë, do të kryhet në bazë të kritereve të veçanta të mëposhtme:**

|  |  |
| --- | --- |
| Кriteret  Oferta teknike (70%) | Totali i pikëve  Maksimum 700 |
| **Profili i personit juridik**  Themelimi dhe funksionimi i personit juridik në vitet e kaluara | **Gjithsej 150 pikë**  3 vjet – 50 pikë  4-7 vjet– 100 pikë  8 ose më tepër – 150 pikë |
| **Përvoja përkatëse e kaluar sipas kërkesave të projektit**  Personi juridik duhet të ketë referenca për angazhime të njëjta ose të ngjashme për administratën publike (vendore dhe qendrore), në 5 vitet e fundit. | **Gjithsej 200 pikë**  2 projekte të realizuara – 110 pikë  3-7 projekte të realizuara – 130 pikë  8-10 projekte të realizuara – 150 pikë  11 ose më shumë projekte të realizuara – 200 pikë |
| **Cilësia e konceptit të propozuar**  - përmbush objektivat  - risi  - Kreativiteti | **Gjithsej 250 pikë**  Përmes zhvillimit të një koncepti për zbatimin e një fushate multimediale për ndërgjegjësimin e publikut me qëllim rritjen e njohurive për zbatimin e sistemeve rajonale të menaxhimit të mbetjeve. |
| **Kualifikimet e anëtarëve të propozuar të ekipit**   * Personi juridik duhet të ketë të paktën 3 (tre) punonjës kyç të cilët posedojnë njohuri dhe aftësi dhe më shumë se 3 (tre) vite përvojë në kompani si ekspertë të dëshmuar në fushën e Marrëdhënieve me Publikun, mediave sociale, organizimit të eventeve, mediave dhe dhënie me qira të hapësirës mediatike, prerje shtypi, dizajnim dhe krijimi i zgjidhjeve kreative**.** * Personi juridik të ketë të punësuar të paktën 2 (dy) ekspertë të menaxhimit të mbetjeve * Personi juridik duhet të ketë të punësuar të paktën 1 (një) ekspert klimatik. | **Gjithsej 100 pikë**  Përvoja dhe ekspertiza përkatëse e punonjësve dhe ekspertëve të angazhuar, në korrelacion me qëllimet dhe aktivitetet e Projektit. |
| **GJITHSEJ** | **700** |

\* Me projekt nënkuptohet zhvillimi i një koncepti dhe realizimi i një fushate multimediale kombëtare

Në SHTOJCA 2 është formulari për ofertën financiare. Oferta financiare do të jetë e hapur vetëm për aplikimet që kanë arritur një rezultat teknik minimal prej 70% të pikëve të fituara prej 700 pikësh gjatë vlerësimit të propozimeve teknike.

Për ofertën financiare jepen maksimum 300 pikë.

Oferta më e ulët do të marrë gjithsej 300 pikë. Ofertat e tjera me çmim më të lartë do të marrin pikët e tyre përkatëse sipas formulës së mëposhtme:

Oferta më e ulët

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ x 300

Oferta e sugjeruar

Kompania e angazhuar që do t'i shpërblehen mjetet do të jetë kompania që ka marrë rezultatin më të lartë të përgjithshëm bazuar në propozimet e vlerësuara teknike dhe financiare.

*\** *Propozimet financiare të ofertuesve, propozimet teknike të të cilëve konsiderohen të papranueshme ose të pakualifikuara do të mbeten të pahapura dhe mund të kthehen.*

**b. Dokumentet që duhet të dorëzojnë personat juridikë që aplikojnë në kuadër të konkursit publik:**

1. Dokumentet e përcaktuara në pikën 2, nënseksioni a me numrat rendorë 1, 2, 3, 4 dhe 5 të parashikuar në Konkurs. Personat juridikë të interesuar duhet të dorëzojnë kërkesat për pjesëmarrje në projekt në formularin e dhënë në shtojcën 1 të këtij konkursi (dhe është pjesë përbërëse e tij), të cilat janë të disponueshme edhe në version elektronik në ueb faqen e Ministrisë së Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor ([www.moepp.gov.mk](http://www.moepp.gov.mk)).
2. Afati dhe mënyra e paraqitjes së kërkesës për ndarjen e mjeteve për realizimin e Konkursit:
   1. Afati për dorëzimin e kërkesave është 30 ditë nga dita e shpalljes së Konkursit në faqen zyrtare të Ministrisë së Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor [(www.moepp.gov.mk](http://(www.moepp.gov.mk)), “ Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut“ dhe në gazetat e përditshmet „Sloboden Peçat“ dhe „КОHA“;
   2. Kërkesat e paraqitura që mbërrijnë pas afatit të fundit për dorëzim dhe që nuk janë në përputhje me kushtet e Konkursit nuk do të shqyrtohen nga komisioni i jurisë;
   3. Kërkesat e bashkangjitura me Aplikacionet mund të dorëzohen me postë në adresën e Ministrisë së Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor, sheshi "Presveta Bogorodica", nr. 3, 1000 Shkup, me emërtimin "Konkursi publik për zhvillimin dhe zbatimin e një fushate kombëtare për ngritjen e vetëdijes publike dhe edukimin e qytetarëve dhe subjekteve për trajtimin e rrymave të posaçme të mbeturinave"
   4. ose të dorëzohet në arkivin e Ministrisë së Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor çdo ditë pune nga ora 09:00 deri në ora 15:00;
   5. Komisioni, bazuar në kriteret për dhënien e mjeteve të përfshira në Konkursin publik, përgatit propozimin për dhënien e mjeteve brenda 30 ditëve nga data e skadimit të afatit nga pika 4.1 dhe ia dorëzon ministrit.
   6. Në bazë të propozimit të Komisionit, Ministri merr vendim për ndarjen e mjeteve nga Konkursi Publik dhe lidh marrëveshje për realizimin e projektit.
   7. Vendimi për shpërndarjen e mjeteve nga Konkursi Publik do të publikohet në faqen zyrtare të Ministrisë së Mjedisit Jetësor dhe Planifikimit Hapësinor
   8. <https://www.moepp.gov.mk> dhe në „Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë së Veriut“.

**Коmisioni**

SHTOJCA 1 - Kërkesa për marrjen e fondeve për zhvillimin dhe zbatimin e një fushate kombëtare për ndërgjegjësimin e publikut dhe edukimin e qytetarëve dhe subjekteve për trajtimin e rrymave të posaçme të mbeturinave

KËRKESË PËR MARRJEN E FONDEVE

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME** | | | |
| Aplikanti: | | | |
| Dërguar më: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_dita/muaji/viti | | | |
| Kohëzgjatja e projektit : \_\_\_\_\_\_\_muaj  Fillimi i projektit \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Afati i fundit \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| Fondet totale të nevojshme për realizimin e projektit përfshirë TVSH-në \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ МКD  Fondet e kërkuara nga Programi Vjetor i Financimit për Menaxhimin e Rrymave të Posaçme të Mbeturinave për vitin 2023 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ МКD  Pjesëmarrja financiare e aplikantit për fonde për realizimin e projektit \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_МКD | | | |
| **2. TË DHËNAT E PËRGJITHSHME TË APLIKANTIT** | | | |
| Emri i Aplikantit |  | | |
| Аdresa e aplikantit |  | | |
| Personi përgjegjës për projektin |  | | |
| Funksioni i personit përgjegjës në projekt |  | | |
| Теlefon/Faksi |  | | |
| Е-mail |  | | |
| Numri tatimor i aplikantit |  | | |
| Numri i identifikimit të aplikantit |  | | |
| Numri i llogarisë së aplikantit |  | | |
| Emri i bankes |  | | |
| **3. TË DHËNA MBI ZBATIMIN E PROJEKTIT** | | | |
| Organizata përgjegjëse për zbatimin e projektit | |  | |
| Marrëveshje bashkëpunimi/partneriteti | |  | |
| **4. PËRSHKRIMI I DETAJUAR I PROJEKTIT** | | | |
|  | | | |
| **Arsyetimi i projektit** | | | |
| *Qëllimi i projektit* | | | *Objektivat specifike të projektit* |
|  | | |  |
|  | | |  |
|  | | |  |
| **Aktivitetet për zbatimin e projektit** | | | **Rezultatet e zbatimit të projektit** |
|  | | |  |
|  | | |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. **ORARI KOHOR I ZBATIMIT TË AKTIVITETEVE**   **(aktivitetet kryesore që janë parashikuar për zbatimin e projektit)** | | |
|  | **Аktiviteti** | **Numri i muajve** |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **6. PASQYRË E BUXHETIT TË NEVOJSHËM PËR ZBATIMIN E PROJEKTIT**  **(të japë propozim buxhetin e nevojshëm për zbatimin e projektit përmes aktiviteteve kryesore të parashikuara të projektit)** | | | | | |
| **Linja buxhetore - lloji i shpenzimit** | **Nj. matëse** | **Çmimi për njësi** | **Numri total** | | **Në total** |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
|  |  |  |  | |  |
| **Kostot totale:** | | | |  | |

SHTOJCA 2 – Oferta financiare

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PASQYRA E BUXHETIT TË NEVOJSHËM PËR ZBATIMIN E PROJEKTIT** | | | | |
| **Аktiviteti** | **Njësia matëse** | **Çmimi për njësi** | Numri total | Në total |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **SHUMA TOTALE E OFERTËS FINANCIARE :** | | |  | |

V.V. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Nënshkrimi i personit të autorizuar)

\* Rreshtat dhe kolonat mund të shtohen në tabela sipas nevojave të Projektit.