

Exp. 22-82

INFORME TÈCNIC DEL COMITÈ DE PERSONES EXPERTES DE VALORACIÓ DE LES PROPOSICIONS PRESENTADES EN LA LICITACIÓ QUE TÉ PER OBJECTE EL CONTRACTE DE SERVEIS DE CREACIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITAT PER A LES TEMPORADES 2023-2024 I 2024-2025 I LA CAMPANYA DE CREACIÓ DEL 25È ANIVERSARI DE L'AUDITORI, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE.

Es procedeix a la valoració de les cinc proposicions presentades i admeses i que són les següents:

- A. FOLCH STUDIO SL
- B. CODEA STUDIO SL
- C. ATIPUS SL
- D. SNOOP BARCELONA SL
- E. MAKE IT GAS SL

La valoració s'ha realitzat conforme els criteris de valoració que s'assenyalen a la clàusula 10 del plec de clàusules administratives particulars.

D'aquest estudi resulta el següent:

Criteris de judici de valor. Puntuació total: Fins a 80 punts

1. Idea: Concepte intel·lectualitzat fruit del procés de briefing i sotmès a direcció creativa. Fins a 27 punts que es repartiran d'acord amb els criteris ponderats següents:

1.1 Solidesa: Estableix arguments incontestables en termes comunicatius d'acord a l'objectiu de campanya i comunicació. (9 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: proposta que no només compleix els requisits mínims de viabilitat i comunicatius sinó que s'adapta òptimament a les necessitats específiques de L'Auditori: 9 punts
- Assolit: Entès com aquella proposta que compleix els requisits mínims per a la seva viabilitat i objectius comunicatius generals: 4,5 punts
- No assolit: Es considera que s'han deixat de banda aspectes importants per fer viable la comunicació: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: La idea que es planteja en la campanya està molt ben construïda, encaixa clarament amb els relats de les temporades i amb el posicionament de marca

Valoració: 9 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: La idea que hi ha darrere de la proposta encaixa en el relat de les temporades, però s'allunya dels nostres valors de marca de modernitat

Valoració: 4.5 punts

C. ATIPUS SL

Informe:

la idea que es presenta no encaixa del tot amb el brief. No creiem que la idea de transformació sigui la que expliqui les dues temporades. Tot i que s'ha aconseguit un canvi radical en relació a la temporada anterior amb un treball tipogràfic de marca rellevant.

Valoració: 4.5 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe:

En el plantejament conceptual de la campanya te un enfoc poc obert al diàleg sinó molt partidista. Mostrant un posicionament de concepte massa definit que no encaixa amb la voluntat de L'Auditori.

Valoració: 0 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: hi ha un plantejament que ens sembla interessant que és la missió de L'Auditori com a agent de canvi social (la cultura ho és). Tot i que ens sembla un punt agosarat convertir-nos en abanderats d'aquest canvi.

Valoració: 4.5 punts

1.2 Adequació al context: Al públic, espai i context socio-cultural. (Fins a 9 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: proposta que s'adapta òptimament al context de L'Auditori: 9 punts
- Assolit: Entès com aquella proposta que aporta alguna idea comunicativa adaptant-se al context: 4,5 punts
- No assolit: proposta no treballada per adaptar-se al context: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: La proposta s'adapta a la voluntat d'arribar a nous públics i respon clarament a la modernitat de l'oferta musical. Hi ha una mirada de context digital que ens ha semblat molt interessant

Valoració: 9 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: La proposta és massa evident pel context en el que ens expressem. Li falta capes de lectura. El nostre públic espera trobar aquesta profunditat en les nostres comunicacions i campanyes

Valoració: 4.5 punts

C. ATIPUS SL

Informe: Ens porta a un context on no ens sentiríem còmodes destruint símbols de cultura i no veiem clar si el nostre públic ho podria entendre. En el nostre entorn no en ha semblat que la proposta fos adient

Valoració: 0 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: les peces ens situen en un entorn molt pictòric fàcilment confusible amb un museu (MNAC)

Valoració: 0 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: La proposta s'ha d'explicar massa per a que pugui encaixar en el nostre entorn. Ens anem a codis molt gràfics i creiem que no acabarà d'entendre

Valoració: 0 punts

1.3 Innovació: No copia o imita vells recursos o recursos d'altri. (9 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: Proposta innovadora al 100%: 9 punts
- Assolit: Proposta que ha innovat en certs aspectes comunicatius: 4,5 punts
- No assolit: Proposta que no té cap concepte innovador: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: Proposta molt innovadora

Valoració: 9 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: proposta que ens porta a referents coneguts

Valoració: 0 punts

C. ATIPUS SL

Informe: proposta poc innovadora. El concepte de transformació sentim que és un lloc comú

Valoració: 0 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: No hi ha una comunicació que ens porti a un nou espai de reflexió i pensament

Valoració: 0 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: Plantejament innovador i atrevit

Valoració: 9 punts

2. Execució: Avaluació del treball tècnic de principi a fi del projecte. Fins a 20 punts que es repartiran d'acord amb els criteris ponderats següents:

2.1 Copy: Missatge, síntesi, creativitat (Fins a 10 punts).

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: Proposta amb un missatge òptim a nivell creatiu i amb síntesi excel·lent : 10 punts
- Assolit: proposta que compta amb un missatge que ha captat creativament la idea per a L'Auditori però sense la integració de la/es propostes excel·lents: 5 punts
- No assolit: Es considera la proposta no té un missatge elaborat: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: no hi ha un missatge textual de campanya

Valoració: 0 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: no hi ha un missatge textual de campanya

Valoració: 0 punts

C. ATIPUS SL

Informe: no hi ha un missatge textual de campanya

Valoració: 0 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: Bona baixada de copy que acompanya la campanya i la fa entenedora. No ens ha encaixat la modificació en el nom de la temporada.

Valoració: 5 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: no hi ha un missatge textual de campanya

Valoració: 0 punts

2.2 Direcció d'art: Resolució visual d'il·lustració, fotografia, tipografia, realització, etc. (Fins a 10 punts).

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: proposta que dóna compliment a tots els ítems de direcció d'art: 10 punts
- Assolit: proposta amb algunes aportacions viables: 5 punts
- No assolit: la proposta no s'adapta a L'Auditori: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: fantàstica direcció d'art. Hi ha una cerca de nous paisatges i noves formes de comunicar. Espai híbrid entre el món virtual i presencial. Entrem de ple en el món de la pantalla, el moviment i el color.

Valoració: 10 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: la proposta manté clarament la gràfica anterior i el pes queda tot en la imatge. Valorem poca evolució en el canvi de temporada. Tot i que valorem les imatges creades per la proposta.

Valoració: 5 punts

C. ATIPUS SL

Informe: La proposta d'art ens ha encantat la part tipogràfica i l'evolució de la marca sense perdre la identitat, marcant clarament un canvi de temporada. No encaixa massa amb la marca la transformació (destrucció) de referents musicals

Valoració: 5 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: El tema de la tipografia ha estat ben solucionat, però la part d'imatge ens semblen territoris comú que confondria al nostre client i no ens explica al portar directament a imaginari museu

Valoració: 5 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: una gràfica molt continuista, no veiem un trencament clar de temporada.

Valoració: 0 punts

3. Funcionalitat: Resposta i adaptació del projecte a les necessitats del client o usuari final. Fins a 18 punts que es repartiran d'acord amb els criteris ponderats següents:

3.1 Estratègia comunicativa segons objectiu comunicatiu. (6 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: proposta que compleix els requisits mínims de viabilitat i comunicatius amb una estratègia que s'adapta òptimament a les necessitats específiques de L'Auditori 6 punts
- Assolit: proposta que compleix els requisits mínims per a la seva viabilitat i objectius comunicatius generals: 3 punts
- No assolit: Es considera que s'han deixat de banda aspectes importants per fer viable la comunicació: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: la proposta compleix els requisits de viabilitat per ser adaptada als nostres suports comunicatius, tot i que potser s'haurien de fer alguns ajustos

Valoració: 3 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: La proposta és perfectament declinable en tots els nostres suports

Valoració: 6 punts

C. ATIPUS SL

Informe: Veiem dificultats al declinar la proposta ja que estaria basada en les imatges d'un sol objecte, cosa que no ens donaria un espectre important per poder treballar la comunicació de marca i producte a tots els nivells

Valoració: 0 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: La proposta es podria declinar en els nostres suports. Sense problema

Valoració: 6 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: la proposta és perfectament declinable en els nostres suport de tots els canals. Tot i que la veiem poc rica de contingut per a que pugui tenir un impacte important.

Valoració: 3 punts

3.2 Accessibilitat del codi visual. (6 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: Proposta amb un codi visual òptim: 6 punts
- Assolit: Proposta que ha tingut en compte l'accessibilitat: 3 punts
- No assolit: la proposta no compta amb un codi visual accessible per a L'Auditori: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: Te un codi visual és accessible

Valoració: 6 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: Te un codi visual és accessible

Valoració: 6 punts

C. ATIPUS SL

Informe: te un codi visual molt poc accessible per la mida de la lletra i el color que fa que la llegibilitat sigui reduïda

Valoració: 0 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: ens preocupa la llegibilitat de la tipografia en blan sobre cossos, no creiem que sigui massa viable.

Valoració: 3 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: codi visual molt continuista no s'ha resolt els problemes de llegibilitat de groc sobre blanc

Valoració: 3 punts

3.3 Adaptabilitat a diferents requeriments estratègics. (6 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: Proposta que s'adapta als requeriments estratègics de L'Auditori en tots els seus elements: 6 punts
- Assolit: Proposta que s'adapta a algun dels requeriments estratègics de L'Auditori: 3 punts
- No assolit: Es considera que s'han deixat de banda aspectes importants que impedeixen adaptar-se als requeriments estratègics de L'Auditori o la proposta no ho permet: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: proposta que s'adapta perfectament els criteris estratègics tant d'accés a nous públics com de posicionament de marca

Valoració: 6 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: Encaixa en explicar les temporades però no en el posicionament de marca ni en fer un canvi clar de cicle.

Valoració: 3 punts

C. ATIPUS SL

Informe: Hi ha un canvi clar de cicle tot i que no acaba d'encaixar-nos per definir temporada ni per crear nous públics

Valoració: 3 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: Encaixa en l'estratègia de canvi de cicle, però no acabem de veure com podria atraure a nous públics

Valoració: 3 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: Hi ha un encaix en l'estratègia de creació de nous públics i posicionament de marca.

Valoració: 6 punts

4. Consistència: Relació entre forma i contingut. Conservar un alt nivell i coherència entre tots els recursos i decisions destacables en els anteriors criteris i segons estratègia comunicativa. Fins a 15 punts.

4.1 Adequació del codi comunicatiu als diferents suports en què es desplega la campanya o projecte. (Fins a 9 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: proposta amb adequació i coherència en tots els suports comunicatius: 9 punts
- Assolit: proposta que s'adequa en algun dels suports: 4,5 punts
- No assolit: proposta no adaptada al mínim de suports de la campanya o projecte: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: el podem adaptar fàcilment ja que la proposta amb el croma permet una gran flexibilitat.

Valoració: 9 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: És fàcilment adaptable i declinable

Valoració: 9 punts

C. ATIPUS SL

Informe: hi veiem unes certes limitacions per fer materials per alimentar els nostres canals (propis o pagats) per tema d'usabilitat i per repetició d'imatges

Valoració: 4.5 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: fàcilment declinable en els nostres suports

Valoració: 9 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: fàcilment declinable en els nostres suports

Valoració: 9 punts

4.2 Òptima formalització de la idea en aplicacions a diferents formats. (Fins a 6 punts)

Les puntuacions seran atorgades segons el barem que es detalla a continuació:

- Excel·lent: òptima formalització de la idea en aplicacions a diferents formats: 6 punts
- Assolit: formalització de la idea en algun dels formats: 3 punts
- No assolit: No s'ha tingut en compte aquest aspecte: 0 punts

A. FOLCH STUDIO SL

Informe: S'ha declinat en la totalitat de suports que es demanaven

Valoració: 6 punts

B. CODEA STUDIO SL

Informe: S'ha declinat en la totalitat de suports que es demanaven

Valoració: 6 punts

C. ATIPUS SL

Informe: S'ha declinat en la totalitat de suports que es demanaven

Valoració: 6 punts

D. SNOOP BARCELONA SL

Informe: S'ha declinat en la totalitat de suports que es demanaven

Valoració: 6 punts

E. MAKE IT GAS SL

Informe: S'ha declinat en la totalitat de suports que es demanaven

Valoració: 6 punts

L'AUDITORI

Consorti de l'Auditori
i l'Orquestra
Lepant, 150
08013 BARCELONA
Tel. 93 247 93 00
Fax 93 247 93 01
e-mail: info@auditori.cat

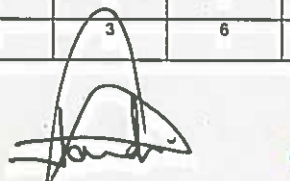
La puntuació de les empreses prenent tots els anteriors criteris i les seves valoracions és la següent:

Licitadora	Criteris de judici de valor Fins a 80 punts										PUNTUACIÓ TOTAL
	Idea (27p.)			Execució (20p.)		Funcionalitat (18p.)			Consistència (15p.)		
	Solidesa (9p.)	Adequació al context (9p.)	Innovació (9p.)	Copy (10p.)	Direcció d'art (10p.)	Estratègia comunicativa segons objectiu comunicatiu (6p.)	Accessibilitat del codi visual (6p.)	Adaptabilitat a diferents requeriments estratègics (6p.)	Adequació del codi comunicatiu als diferents suports en què es desplega la campanya o projecte (9p.)	Òptima formalització de la idea en aplicacions a diferents formats (6p.)	
A. FOLCH STUDIO SL	9	9	9	0	10	3	6	6	9	6	67
B. CODEA STUDIO SL	4,5	4,5	0	0	5	6	6	3	9	6	44
C. ATIPUS SL	4,5	0	0	0	5	0	0	3	4,5	6	23
D. SNOOP BARCELONA SL	0	0	0	5	5	6	3	3	9	6	37
E. MAKE IT GAS SL	4,5	0	9	0	0	3	3	6	9	6	40,5

Barcelona, 16 de desembre de 2022


Robert Brufau i Segué
Director
L'Auditori


Verónica Rodríguez Brassó
Cap programació i producció artística
L'Auditori


Jordi Alomar i Payeras
Director
Museu de la Música de Barcelona


Santi Bargaño Jané


Pol Solsona Sabaté

Andrés Requena Molero

Esther Agustench Carme

