



Departament: Direcció Àrea Alcaldia
Núm. d'expedient: 55/2022/CMSERV2

INFORME DE NECESSITAT DE CONTRACTE MENOR DE SERVEIS

OBJECTE: CONTRACTACIÓ D'UNA AGÈNCIA DE COMUNICACIÓ QUE S'ENCARREGUI DELS SERVEIS DE CREATIVITAT I PRODUCCIÓ DE LA CAMPANYA DE BRANDING DE VILADECANS

IMPORT: 15.000 EUROS (IVA INCLOS)

Aplicació pressupostària: 11201/49100/22601 COMUNICACIO DE SERVEIS PUBLICS I SENSIBILITZACIO CIUTADANA

Atenent allò establert a l'article 172 del Reial Decret 2568/1986 de 28 de novembre pel qual s'aprova el Reglament d'Organització, Funcionament i Règim Jurídic de les Entitats Locals i a l'article 118 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'emet el present informe.

ANTECEDENTS I JUSTIFICACIÓ DE NECESSITAT

1. **PUNT DE PARTIDA:**

La campanya de branding de ciutat amb la narració d'històries de persones rellevants de Viladecans neix d'un dels objectius del pla de comunicació institucional que estableix la necessitat de **"consolidar un relat de ciutat que projecti el posicionament de Viladecans i la seva imatge de marca fent especial atenció a la dimensió internacional"**.

Els intercanvis internacionals i la projecció exterior han esdevingut una necessitat imprescindible per aquelles ciutats que volen tenir un lloc en l'agenda global i aprofitar totes les oportunitats. **Viladecans porta més de 25 anys estan present en l'àmbit dels projectes europeus i les xarxes internacionals**, però fruit del seu caràcter emprenedor, vol fer un pas més enllà, i ampliar la seva projecció implicant no només a l'Ajuntament en aquesta tasca sinó a persones que estimen la seva ciutat. És així com neix el "[Programa d'Ambaixadors i Ambaixadores de Viladecans](#)".

El programa té per missió tant la **promoció de la ciutat a l'exterior** com l'**atracció d'oportunitats cap al municipi** amb l'ajuda de persones que hi tenen un lligam personal i/o professional però, sobre tot, emocional. Es tracta de **prescriure Viladecans al món, projectar "la marca Viladecans" i augmentar-ne la visibilitat**.

Dins d'aquest marc, es planteja una campanya d'orgull de ciutat, on es reflexa la marca ciutat **"som poble, soc ciutat"** presentant els ambaixadors, que són persones nascudes al territori o amb una especial vinculació amb la ciutat, referents en el seu sector, ells representen un testimoni creïble de les actituds singulars d'un territori, **reforcen la identitat local** i son font de coneixement, experiència i creativitat.

La primera onada de la campanya vam presentar els ambaixadors sota el claim “Deixa’t seduir per les històries d’orgull de la nostra ciutat” i van participar:

- Jordi Bordas, fundador del projecte Jordi Bordas, creador del mètode B-concept i guanyador de la Coupe du monde de pâtisserie en 2011.
- Ana Palencia, directora de comunicació corporativa i de RSC a Unilever Espanya.
- Carles Castillejo, Esportista d’elit, maratonian, atleta olímpic en quatre edicions i campió d’Espanya.
- Raquel Mayordomo, digital project manager d’Edebé, holding editorial especialitzat en continguts educatius.

Continguts

A continuació us incloem imatges de referència de la campanya:

1ra onada



2na onada



Per la segona onada vam demanar a la ciutadania que ens expliquessin la seva història amb l'objectiu de trobar nous possibles perfils per convertir-se en ambaixadors de Viladecans; sota el claim “Ja coneixes la història de (nom ambaixador). Entra a Viladecans.cat i explica'ns la teva.”

La campanya d'històries de Viladecans va constar de 4 entrevistes en format audiovisual, que es van difondre a Instagram TV (com a plataforma principal) i la web municipal <https://www.viladecans.cat/ca/relats>, també es van realitzar peces en format digital i imprès com a suport de la campanya, com van ser els post photo a les xarxes socials municipals, els opis, adaptacions a premsa tradicional i premsa digital o vinilar 2 autobusos.



Ara es planteja una nova onada de la campanya d'històries de Viladecans incorporant 4 testimonis rellevants més.

2. DETALL DE LA CAMPANYA:

Per la 3a onada d'històries de Viladecans volem presentar quatre nous [ambaixadors](#).

- Joan Carles Calbet: Director general d'Electrodomèstics Calbet (<https://www.calbet.es/>), president de Comertia (Associació d'Empreses Familiars Catalanes de Retail), president de l' Associació de Comerciants d'Electrodomèstics de Catalunya i president de RETAILcat, la Unió d'Entitats de Retail de Catalunya.
- Immaculada Simó: És CEO de Gonsi Immobiliària (<https://www.inmobiliariagonsi.com/>) , una empresa especialitzada en construcció sostenible i economia circular, totalment alineada amb els valors de la ciutat, que desenvolupa la seva activitat a l'edifici Sòcrates del Viladecans Business Park.
- Rafael Álvarez: CEO de STP Group (<https://www.stp.es/>). Soluciones Tecno Profesionales, empresa creada el 1995 a Viladecans que actualment ja té 250 treballadors i oficines a Lisboa.
- Dayana Garcia (<https://es.linkedin.com/in/dayana-garcia-99654737>): És llicenciada en periodisme, publicitat i relacions públiques i actualment és redactora de La Sexta TV. És una professional amb molta projecció mediàtica que ha treballat, entre d'altres, per mitjans locals com EILlobregat.com i Esplugues Televisió.

Aquesta onada respon a la necessitat de seguir reforçant l'orgull de ciutat, en un to molt local però que ho puguem extrapolar a una dimensió internacional.

Com?

Fent servir un discurs emocional i arrelat a la terra, la trajectòria dels 4 ambaixadors posa en valor aquest sentiment de superació i evolució a millor amb el punt en comú de tots 4 de la ciutat.

El present de les seves experiències és a Viladecans, posicionant Viladecans com a una ciutat que atrau a gent i projectes innovadors que aporten valor afegit i fan evolucionar tant a locals com els nousvinguts.

El futur és internacional, la capacitat de Viladecans d'atraure projectes de fora del país potencia la visió de futur dels nostres ambaixadors i les perspectives de creixement continu de la ciutat.

3. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és contractació d'una agència de comunicació que **dissenyi i produeixi la campanya d'històries de Viladecans**, i s'encarregui de redactar, proposar i coordinar el contingut de les diferents accions incloses en ell.

En aquests encàrrecs s'inclouen específicament, les següents tasques:



Departament: Direcció Àrea Alcaldia
Núm. d'expedient: 55/2022/CMSERV2

- **Proposta d'accions de comunicació i peces creatives** en diferents formats durant un any i **per públic objectiu (veure punt 5)**.
- **Producció de 4 peces audiovisuals** on els 4 nous personatges ens presenten el seu relat de ciutat.
- La **redacció de textos, el disseny gràfic, les adaptacions i les arts finals** (inclòs, si escau, l'ús de fotografies, procedents tant de bancs d'imatges com de producció).
- La **producció dels diferents materials**.
- **Document resum** al finalitzar la campanya, amb totes les accions, creativitats i resultats de les activitats un cop finalitzat el contracte.

L'empresa adjudicatària haurà d'acompanyar el desenvolupament de la campanya, responsabilitzant-se del plantejament de les accions i peces contractades.

CPV- 79340000-9 - Serveis de publicitat i de màrqueting

4. OBJECTIUS I ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ

L'objectiu de comunicació principal **és emocional, transmetre l'orgull de ciutat** i potenciar la marca ciutat som poble, soc ciutat.

L'estratègia és presentar 4 nous referents de Viladecans, que formen part del programa d'Ambaixadors, perquè la població i els joves puguin conèixer professionals en els seus camps de treball o estudi, que són de la seva mateixa ciutat.

També com objectiu de fons, volem que la campanya tingui una dimensió internacional, que posi en valor el potencial de la ciutat per atraure projecte nacionals i internacionals.

5. TARGETS DE COMUNICACIÓ

La campanya d'històries és un projecte que ha de tenir una comunicació 360º i arribar a tota la població.

6. CONTINGUTS I TO DE COMUNICACIÓ

Els continguts s'han de treballar en castellà i català.

El disseny i continguts s'han d'emmarcar dins la **marca ciutat de Viladecans**.



El to emprat ha de ser senzill, entenedor i proper. **Cal tenir present la perspectiva de gènere.**

L'estratègia de comunicació ha de comprendre el període d'un any.

Algunes de les accions que proposem són:

- Les 4 peces audiovisuals, adaptades als diferents formats digitals.
- Peces per a Xarxes Socials
- Campanya
- Podcast
- Xerrades dels ambaixadors (estil TED, per a joves)

7. REQUERIMENTS I DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR PER A LA PRESENTACIÓ D'OFERTES

Per presentar-se al concurs, el licitant haurà de lliurar una **memòria tècnica** amb la següent informació:

- Presentació de memòria tècnica amb l'equip de professionals que gestionarà aquest feina en cas de ser adjudicatari de la mateixa i amb el detall de l'experiència.
- Pressupost d'honoraris de creació i producció.
- Proposta d'accions de comunicació (plantejaments generals amb un mínim de 3 propostes per poder valorar la notorietat i adequació de les mateixes).
- Proposta de guió i storyboard del vídeo d'un dels ambaixadors amb una mostra de vídeos que hagin treballat.
- Raó social de l'empresa, NIF, adreça, telf. de contacte, correu electrònic i persona de contacte i/ o enviament de notificacions.
- Declaració responsable de contractes menors degudament completada (adjuntat en aquest mateix plec tècnic).

La presentació al concurs és un compromís per part de a l'agència del compliment del terminis i requeriments d'aquest plec tècnic.

8. CRITERIS DE VALORACIÓ DE LES OFERTES:

1. Valoració econòmica: fins a 51 punts.



Departament: Direcció Àrea Alcaldia
Núm. d'expedient: 55/2022/CMSERV2

- 1.1. Baixa sobre el preu de licitació, desglossat segons els conceptes inclosos en la taula d'excel que consta, sense que aquesta no s'entengui com una baixa temerària: fins a 51 punts.

La baixa es valorarà proporcionalment d'acord amb la següent fórmula:

$$\frac{(\text{Pressupost de licitació} - \text{oferta valorada})}{(\text{Pressupost de licitació} - \text{millor oferta})} \times 51$$

2. Valoració tècnica: fins a 49 punts.

- 2.1. Per la presentació d'una **memòria tècnica** que inclogui: presentació de l'agència i equip i detall de l'experiència, fins a **15 punts**. En aquest punt es valorarà la capacitat creativa i de disseny gràfic de l'empresa, la capacitat de treballar peces audiovisuals o materials notoris i originals.
- 2.2. Per presentar una bateria de **d'accions factibles dins la proposta** un mínim de 3. En aquest punt valorarem l'originalitat i adequació, fins a **14 punts**.
- 2.3. Per presentar una propostya de guió i storyboard del vídeo d'un dels ambaixadors amb una mostra de vídeos que hagin treballat, **fins a 20 punts**.

La valoració es realitzarà de la següent manera:

Propostes excel·lents amb contingut coherent, concretes i ben plantejades, detallades de forma clara, que suposin assolir millores substancials, proposades per assolir de forma òptima una correcta execució del contracte, innovadores –sempre d'acord als objectius de campanya- que aporten valor afegit, o que es consideri que són millors que la resta de propostes en aquest apartat.	100%
Propostes, totalment adequades amb contingut coherent, que satisfan plenament les necessitats del servei, i detallen de forma clara i precisa els seus recursos, objectius i millores substancials proposades, per assolir la correcta execució del contracte.	75%
Propostes adequades amb contingut coherent, que satisfan les necessitats del servei, i expliquen de forma bàsica i suficient els seus recursos, objectius, amb millores no substancials o amb benefici limitat, per assolir una correcta execució del contracte.	50%
Propostes amb continguts bàsics, poc rellevants, poc aplicables, amb objectius i millores no substancials i amb benefici limitat, o que detallen de forma insuficient o poc clara alguns aspectes objecte del contracte.	25%
Propostes que aporten informació o elements irrellevants.	0%



9. TERMINIS

La documentació s'haurà de lliurar en format electrònic i mitjançant presentació telemàtica amb la funcionalitat de que disposa la Plataforma de serveis de contractació Pública. El termini de presentació de les ofertes finalitza el 29 d'abril a les 12.00h del migdia. L'Àrea impulsora de l'expedient és l'Àrea d'Alcaldia de l'Àmbit de Presidència.

Els dubtes, consultes i/o sol·licituds d'informació s'hauran de formular per escrit a la següent adreça de correu electrònic: iborrassa@viladecans.cat, ext_fundacio1@viladecans.cat i ext_prensa4@viladecans.cat. Com a molt tard 2 dies abans de que finalitzi el termini per presentar les ofertes. No es pot garantir la resposta a les consultes realitzades amb posterioritat.

Igualment, s'informa als interessats que la informació relacionada amb l'estat de tramitació del present procediment serà publicada al perfil de contractant, incloent els pertinents aclariments i esmenes, en el seu cas. Es obligació dels interessats consultar de forma periòdica el perfil de contractant per estar informats de l'estat de situació del procediment de contractació.

10. FUNCIONAMENT

S'ofereix la possibilitat de resoldre dubtes a través d'una call conference o correu electrònic a iborrassa@viladecans.cat, ext_fundacio1@viladecans.cat i ext_prensa4@viladecans.cat

Un cop es presentin totes les propostes, el Servei de Comunicació Corporativa valorarà redactarà l'informe d'adjudicació que també es publicarà al perfil del contractant.

Un cop adjudicat el contracte, es convocarà a l'adjudicatari a una sessió de kick off del projecte. Tanmateix, hi haurà una reunió d'avaluació de la tasca realitzada poc abans de la finalització del servei amb l'informe corresponent. L'assistència a reunions de treball i de lliurament es consideren incloses en el preu d'aquest contracte.

L'adjudicatari mostrarà els treballs per mitjà de correu electrònic o altres plataformes, sense perjudici que també es presentin de forma presencial a les dependències municipals, en suports físics o digitals, quan es requereixi.

L'Ajuntament pot requerir el lliurament dels treballs en els programes originals.

El Servei de Comunicació Corporativa es reserva el dret de sol·licitar canvis en la prestació d'aquest servei si, segons el seu criteri, aquest no s'executa de la manera considerada oportuna.

L'adjudicatari serà responsable de la qualitat dels treballs que desenvolupi i de les prestacions i serveis realitzats, així com de les conseqüències que es dedueixin per a l'administració o per a



Departament: Direcció Àrea Alcaldia
Núm. d'expedient: 55/2022/CMSERV2

tercers de les omissions, errors, mètodes inadequats o conclusions incorrectes en l'execució del contracte.

11. PROPIETAT INTEL·LECTUAL I CONFIDENCIALITAT:

Els treballs realitzats en el marc d'aquest contracte seran explotats per l'Ajuntament de Viladecans. L'adjudicatari haurà de sol·licitar el consentiment exprés de l'Ajuntament de Viladecans per tal de poder-los utilitzar.

L'adjudicatari restarà obligat a guardar secret de les dades o informació que per raó d'aquest contracte en tingui accés.

Tots els documents i resultats dels treballs realitzats seran propietat de l'Ajuntament de Viladecans, podent realitzar aquest la reproducció total o parcial, distribució, divulgació, comunicació pública i utilització que consideri oportuna.

12. TERMINI D'EXECUCIÓ

La durada del contracte serà de màxim de 12 mesos a partir de l'adjudicació del mateix o fins esgotament del pressupost.

13. IMPORT CONTRACTUAL I FACTURACIÓ

L'import de la despesa màxima serà de **15.000 euros IVA inclòs**.

L'adjudicatari un cop lliurats tots els elements i, un cop rebí la conformitat per part de la persona responsable del present contracte, podrà emetre la factura digitalment seguint els criteris de contractació de l'Ajuntament de Viladecans. En la factura haurà de constar el número d'expedient que es derivi d'aquest contracte.

14. PERSONA RESPONSABLE DEL SEGUIMENT DEL CONTRACTE

Isabel Borrás Almela, responsable de comunicació publicitària i imatge institucional, Àmbit de Presidència, a la qual corresponen bàsicament, entre d'altres, les funcions següents:

- Seguiment i supervisió de les prestacions objecte del contracte.
- Determinar si la prestació realitzada pel contractista s'ajusta a les prescripcions establertes i condicions contractuals.
- Donar les instruccions necessàries per a la correcta realització de la prestació contractada.



Departament: Direcció Àrea Alcaldia
Núm. d'expedient: 55/2022/CMSERV2

- Conformar la facturació derivada de l'execució del contracte.
- Proposar i informar les eventuais modificacions o pròrrogues del contracte.
- Recepcionar les prestacions objecte del contracte.

En base a tot l'anterior, SOL·LICITO:

ÚNIC.- Iniciar procediment de contractació per a l'adjudicació del servei de CONTRACTACIÓ D'UNA AGÈNCIA DE COMUNICACIÓ QUE S'ENCARREGUI DELS SERVEIS DE CREATIVITAT I PRODUCCIÓ DE LA CAMPANYA DE BRANDING DE VILADECANS

Viladecans, a data de la signatura electrònica.

En prenc coneixement,