

## MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA CELEBRACIÓ D'UN CONTRACTE ADJUDICAT MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT

|                                                                                    |                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Administració actuant</b>                                                       | Agència Catalana de Turisme (ACT)                                                                                 |
| <b>Òrgan de contractació</b>                                                       | Director de l'ACT                                                                                                 |
| <b>Unitat encarregada del seguiment i execució del contracte (article 62 LCSP)</b> | Màrqueting Relacional                                                                                             |
| <b>Enllaç al perfil del contractant</b>                                            | <a href="https://contractaciopublica.gencat.cat/perfil/ACT">https://contractaciopublica.gencat.cat/perfil/ACT</a> |

### A. Justificació de la necessitat de contractar:

L'Agència Catalana de Turisme (ACT) realitza les accions de promoció, comercialització, publicitat i màrqueting de Catalunya com a destinació turística tant a Catalunya i Espanya, com a l'estranger a través dels Centres de Promoció Turística (CPT).

L'impacte de la pandèmia i els reptes globals del s.XXI han posat en evidència la necessitat de definir un model de turisme amb un impacte social i econòmic que garanteixi que l'economia del visitant (mediambiental, social i econòmicament) aportï benestar a la comunitat (turisme regeneratiu), pensant en present i futur, tenint en compte aspectes com l'emergència climàtica. Això ens ha fet imprescindible incorporar nous valors i consolidar-ne d'altres: la sostenibilitat o transformació verda, la responsabilitat vers el territori i els locals, el nou posicionament de la dona i la inclusió social i de gènere, i la innovació com a motor de canvi. A través d'aquest [enllaç](#) es pot aprofundir sobre alguns d'aquests aspectes. Tenint en compte aquesta perspectiva i que aquests reptes han de ser compartits amb el conjunt dels catalans i catalanes, l'objectiu és fer una comunicació que integri aquests valors i que, alhora, interpel·li emocionalment i de manera autèntica a la ciutadania.

L'ACT, conscient de la importància de comunicar de manera creativa i rellevant per impactar a l'usuari final, que actualment està sobresaturat de publicitat, veu necessari fer campanyes innovadores i valentes, que no deixin indiferent al públic, aconseguir que connectin amb la societat actual que és cada vegada més crítica i atenta i que reclama empreses i marques creïbles, coherents, transparents i compromeses. En aquest sentit és important el relat de la nostra marca a través de la comunicació i la focalització en els següents productes: Turisme de reunions, Turisme Nàutic i Turisme regeneratiu i responsable.

Per tot això, durant el segon semestre de 2023 i al llarg del 2024 l'ACT durà a terme diverses campanyes de publicitat, per tal d'aconseguir els objectius del Pla de Màrqueting turístic de Catalunya 2018-2022 prorrogat fins el 2024 (orientats a contribuir en la desconcentració turística, la diversificació de producte, l'augment de la despesa en el turista i en especial, la desestacionalització del turisme oferint més experiències fora de temporada alta). Les campanyes inclouran diferents accions offline i online al mercat espanyol i als principals mercats emissors (França, UK, Alemanya, USA). Actualment estem treballant el nou Pla de Màrqueting de l'Economia del Visitant de Catalunya 2024-2027 tot i que l'anterior es pot consultar [Pla de Màrqueting turístic de](#)

## Catalunya 2018-2022.

### **Les campanyes que es volen produir són:**

#### **1. Campanya de Turisme de reunions**

Enguany i per primera vegada a l'ACT, es vol fer una campanya de publicitat MICE (el viatge està motivat per la realització d'activitats per reunions de negoci, congressos, convencions, viatges d'incentiu i qualsevol altre esdeveniment organitzat amb motius professionals) per promocionar Catalunya com una destinació capdavantera i referent en turisme de reunions.

El Catalunya Convention Bureau de l'Agència Catalana de Turisme amb aquesta campanya vol projectar la marca Catalunya com una opció per al viatger MICE única, innovadora, diversa, garant d'èxit i d'experiències memorables, preocupada per la sostenibilitat i el valor transformador de les trobades professionals en l'economia local, alineada amb les indústries clau del país i les noves tendències del mercat.

#### **2. Turisme Nàutic**

Com l'anterior, la campanya de Turisme nàutic també és la primera vegada que es vol fer i per aquest motiu no tenim referents d'altres campanyes similars.

Aprofitant que durant l'estiu del 2024, Catalunya acollirà l'America's Cup (CA24), la competició esportiva més antiga de les que encara tenen lloc al món, volem posicionar el turisme nàutic com a activitat de la qual es pot gaudir a Catalunya durant tot l'any i amb una oferta qualitativa i variada.

Es calcula que l'impacte que generarà serà de 1.000 milions d'euros amb unes audiències que s'acosten als 900 milions d'espectadors. Els promotors asseguren que seria el tercer esdeveniment esportiu de més impacte, només per darrere d'uns Jocs Olímpics i un Mundial de Futbol.

#### **Què es considera Turisme Nàutic?**

El turisme nàutic és un tipus de turisme que es defineix com a vacances actives en contacte amb l'aigua, mitjançant la realització d'activitats nàutiques (amb ànim recreatiu o esportiu) i realitzades a l'aigua (mar, riu o llac) que impliquin el gaudi de la natura en aquest entorn. Exemples:

- Navegació esportiva amb embarcació pròpia
- Stages esportius: federacions nàutiques internacionals
- Xàrter nàutic, per a navegació lliure o en flota
- Submarinisme-busseig
- Pesca esportiva
- Ràfting, rem, piragüisme i caiac
- Grans velers
- Catamarà i vela lleugera
- Windsurf, surf, flysurf i kitesurf
- Esquí aquàtic
- Motos aquàtiques

- Creuers

### **3. Campanya de Turisme Responsable**

Es tracta d'una campanya turística adreçada exclusivament als catalans i catalanes, amb el propòsit de donar a conèixer a la ciutadania "El Compromís per un turisme responsable" per tal d'impulsar la participació i el consens sobre el nou model turístic.

El nou model turístic té com a fita principal: "Aportar benestar a la comunitat a través dels valors de viatjar" i posar en valor la identitat pròpia de Catalunya com a destinació turística"

#### Antecedents i context social:

Per tal de fer una bona aproximació al enfocament de la campanya de comunicació és important tenir una primera fotografia de la percepció que es té del turisme a Catalunya. Això, amb l'objectiu d'entendre quina es l'opinió general de catalans i catalanes respecte del turisme que permetin al treball creatiu poder identificar quines son les principals emocions a les que s'ha de dirigir la campanya.

#### Antecedents:

Estudis recents ens ha ofert dades interessants per poder situar-nos :

- El 85% dels ciutadans enquestats percep el turisme com a positiu o molt positiu.
- El percentatge d'homes que ho consideren positiu es més alt que el percentatge de dones.
- Per grups d'edat, el que registra menys taxes de positivitat és el tram d'entre 25 i 34 anys, sent els d'entre 50 i 64 anys els qui tenen una millor opinió.
- El tipus de turisme que genera més simpaties es el que ens visita per motius formatius, seguida dels professionals, esportius i culturals. Als que també si sumen el turisme amb interès cultural, gastronòmic, ecològic, familiar o mèdic. Els que menys, els vinculats al turisme de borratxera, *low cost*, creueristes...

#### "El Compromís":

El turisme català es troba en una situació de cruïlla en que és necessari optar per un nou model ambientalment responsable, socialment just, territorialment equilibrat i reconnectat amb els elements identitaris del país.

El Compromís Nacional per un Turisme Responsable és l'eina que ens permet implementar aquest nou model. En aquest camí, el sector turístic català es fixa com a objectius: la lluita contra el canvi climàtic, la preservació de la biodiversitat, l'accés universal a les destinacions, la millora de la qualitat de l'ocupació i la descarbonització de l'economia.

El Compromís s'estructura al voltant de

- Un turisme ambientalment sostenible
- Un turisme socialment just
- Un turisme territorialment equilibrat
- Un turisme basat en la innovació

El turisme responsable és aquell que s'adapta, que forma part de l'estructura de l'espai i s'adapta a les condicions del lloc i a les necessitats de la població resident i que, essencialment, té en compte els impactes de l'activitat tant positius com negatius.

En aquest context, les empreses i institucions turístiques manifesten el seu compromís per tal de situar el patrimoni natural i cultural en el centre de l'estratègia turística. El model al qual aspirem és un sistema que prioritza la cultura, el paisatge, el patrimoni i els elements que configuren la identitat de Catalunya en l'articulació dels productes turístics.

El Compromís Nacional per un Turisme Responsable és un procés de participació col·lectiva i un esforç de conciliació entre projectes i mirades de país molt diverses. La suma de tots els punts de vista és el que enriqueix el compromís. Amb respecte de les diferents mirades — des dels visitants, l'administració, els empresaris, els gremis, els sindicats, els veïns i veïnes...des dels diferents territoris— compartim una idea comuna.

#### Elements generals del Compromís:

- Visió de futur
- Turisme Responsable (mediambiental, social i econòmic)
- Procés d'escolta, un document construït a partir d'un procés d'escolta, divers, des de la base, des de l'experiència de tots els implicats (*bottom-up*).
- Un document de consens i coral, que s'ha elaborat amb les veus de tot l'ecosistema.
- Catalunya és el primer país que ha dut a terme un Compromís com aquest.

#### Idees i paraules claus:

Fem una proposta del camp semàntic que ens ha de permetre desenvolupar la campanya de comunicació i l'*storytelling*

1. Compromís (de tots): Vol dir que assumim un acord, però, a més, ens impliquem, treballem, ens hi comprometem. El compromís es construeix a través d'un procés d'escolta, des de la confiança de tots els actors (socials, polítics i econòmics).
2. Consens (amb tots): El turisme és una àrea que impacta en tots els espais de la societat. La suma de tots els punts de vista és el que enriqueix el compromís. Amb respecte de les diferents mirades — des dels visitants, l'administració, els empresaris, els gremis, els sindicats, els veïns i veïnes...des dels diferents territoris— compartim una idea comuna.
3. Propostes: El compromís no és una declaració d'intencions, és un compromís de propostes concretes. Tenim objectius, fites i accions concretes. Solucions pensades per persones que viuen, estimen i coneixen el territori, destinades a persones que visiten, viuen i estimen el territori.
4. Responsable: Un turisme responsable és aquell que es compromet a protegir i cuidar. És el que estima casa seva. És aquell que té la comunitat i l'entorn en el

centre. Tot això, segons on vulguem posar l'accent, ho podem relacionar amb totes les esferes de la sostenibilitat (econòmica, social i mediambiental).

5. Futur (per a tots): És tenir un horitzó clar: El futur que volem per a tots, el turisme que volem amb tots. Un turisme ètic, innovador i sostenible. Per al desenvolupament econòmic, per a la protecció mediambiental, per a un país amb justícia social.
6. Orgull (de nosaltres): Catalunya és un país referent en turisme. Pel nostre caràcter, la nostra cultura, la nostra natura, la nostra tradició. Un territori que cuida al visitant, l'entorn, les persones, les ciutats i pobles, els veïns i veïnes. On tenim un turisme que conjuga qualitat amb benestar, pel visitant i pel resident. On allò que és bo per als visitants ho ha de ser per la comunitat.

A Catalunya sabem de la importància de protegir la nostra identitat i de millorar dia a dia per a ser un destí turístic amb valor afegit, de primer nivell, responsable i sostenible.

Posicionament intencional – Idea Força (missatge central i rector de la campanya de Turisme Responsable): **“UN COMPROMÍS FET COM FEM LES COSES A CATALUNYA, perquè el turisme que oferim, és el país que som.”**

#### Abast de la campanya:

Per tal de complir amb els objectius de comunicació que requereix el Compromís per un Turisme Responsable, des de l'ACT es busca una campanya de comunicació i màrqueting que no tan sols consideri el suport publicitari tradicional.

Per tant, la campanya general ha d'estar formada per tres elements clau:

1. Conceptualització i disseny general de la campanya
2. Producció de tots els elements publicitaris
3. Pla de Comunicació i accions de comunicació (Que inclogui la definició dels missatges i les accions tant amb mitjans digitals com no digitals)

#### Els mitjans previstos son:

- **Campanya de publicitat:** televisió, premsa i digital (espots, vídeos i altres formats audiovisuals, gràfics i digitals)

- **Accions Digitals canals propis:** Es tindran en compte els mitjans amb els que compta l'ACT, pel que fa a xarxes socials, web i altres media i es valorarà una proposta que generi un valor afegit així com altres canals de posicionament online. També es cercaran sinèrgies amb les xarxes socials d'altres ens que puguin estar implicats i que generin valor i posicionament al projecte.

- **Accions no digitals:** proposta d'accions innovadores que incloguin tècniques creatives per maximitzar l'impacte (*publicity, invitacions seleccionades a periodistes i generadors d'opinió, workshops*)

## **B. Informe d'insuficiència de mitjans:**

Com prèviament s'ha assenyalat, l'ACT té un calendari d'activitats promocionals que, per el 2023 i 2024, inclou la realització de diverses campanyes i accions publicitàries adreçades a diferents països: una campanya per promocionar el turisme de negocis a nivell internacional, una campanya per donar a conèixer i promocionar el turisme nàutic i una tercera campanya per comunicar el propòsit de l'ACT i els nous valors del turisme regeneratiu i responsable als catalans i catalanes.

Els serveis objecte d'aquesta licitació són els serveis de creativitat i producció dels elements publicitaris audiovisuals, digitals i gràfics de campanyes de publicitat.

Atès que l'ACT no disposa dels mitjans personals (perfils professionals) ni materials (programari i maquinària) necessaris per a realitzar aquestes tasques, es requereix contractar una empresa especialitzada que pugui prestar els serveis esmentats.

En aquest sentit, l'ACT és una entitat que té per missió la promoció de l'oferta turística catalana, no dedicant-se a la producció, pròpiament dita, de campanyes de publicitat, que requereixen tot una sèrie de perfils i activitats altament especialitzades que s'han de contractar: tasques de rodatge, edició, direcció de fotografia, estilismes, càstings, localitzadors, il·luminació, so, entre d'altres, activitats pròpies de l'àmbit professional de la publicitat i de la producció audiovisual.

## **C. Objecte del contracte:**

L'objecte de la present contractació correspon els serveis de creativitat i producció dels elements publicitaris audiovisuals, digitals i gràfics (annex 1 del plec de prescripcions tècniques) de tres campanyes de publicitat institucionals: Campanya de turisme de reunions, Campanya de turisme nàutic i la Campanya de turisme regeneratiu i responsable.

## **D. Divisió de l'objecte en lots:**

☒ Sí

### **D1. Divisió en lots**

D'acord amb el que estableix l'article 99 de la LCSP, aquest contracte es divideix en els lots següents:

| <b>Lot núm.</b> | <b>Objecte del lot</b>                                                                                 |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1               | Creativitat i producció dels elements publicitaris de la campanya de turisme de reunions - MICE        |
| 2               | Creativitat i producció dels elements publicitaris de la campanya de Turisme Nàutic                    |
| 3               | Creativitat i producció dels elements publicitaris de la campanya de Turisme regeneratiu i responsable |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Justificació de la divisió en lots</b> | <p><i>Es fa necessari la divisió per lots donat que cada una de les campanyes té objectius de comunicació diferents i la seva producció audiovisual i gràfica, tot que a nivell tècnic és similar, a nivell formal no ho és ja que correspon a creativitats i conceptualitzacions diferents i les localitzacions de les imatges són diferents.</i></p> <p><i>Cada lot inclou creativitat i producció ja que es fa del tot impossible gestionar la producció d'una campanya audiovisual i gràfica sense la direcció creativa i d'art d'una agència de publicitat que controli que les produccions s'ajusten al concepte i creativitat en forma i contingut.</i></p> |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                        |                               |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Número de lots màxim en que pot participar un mateix licitador?</b> | <b>3</b>                      |
| <b>Justificació de la limitació:</b>                                   | No aplica. No hi ha limitació |

|                                                          |                               |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------|
| <b>Número de lots a adjudicar a un mateix licitador?</b> | <b>3</b>                      |
| <b>Justificació de la limitació:</b>                     | No aplica. No hi ha limitació |

## E. Procediment d'adjudicació i forma de tramitació:

### E1. Procediment d'adjudicació

☒ Obert, d'acord amb els articles 156 i següents de la LCSP, com a procediment ordinari d'adjudicació.

☐ Obert simplificat, d'acord amb l'article 159 de la LCSP, atès que el valor estimat del contracte és igual o inferior a 140.000,00.-€.

### E2. Format de tramitació:

- ☒ Ordinària  
☐ Anticipada (iniciada l'any anterior a la seva execució )

### E3. Eina de presentació d'ofertes

- ☒ Sobre Digital PSCP  
☐ Oferta telemàtica PSCP

## F. Dades econòmiques:

### F1. Sistema de determinació del preu del contracte

- ☒ Tant alçat

☐ Preus unitaris

## F2. Pressupost Base de Licitació (PBL) i desglossament

a) Determinació del sistema de càlcul del pressupost:

Aquest pressupost de licitació s'ha calculat fent una estimació dels costos directes i indirectes (veure detall a continuació)

Per determinar els costos directes s'ha tingut en compte el cost de la mà d'obra directa que serà necessària per a l'execució del contracte, així com costos de producció, post producció. Pels costos indirectes s'ha tingut en compte el benefici empresarial (15%) tenint en compte altres licitacions anteriors i consultes al sector de la publicitat.

L'estimació dels costos salarials dels tres lots s'ha calculat prenent com a referència el conveni col·lectiu següent:

Aquesta indicació no perjudica el conveni que hi sigui d'aplicació.

|                             |                                          |
|-----------------------------|------------------------------------------|
| <b>Conveni col·lectiu</b>   | De la indústria de producció audiovisual |
| <b>Núm. de codi conveni</b> | 99012985012002                           |

En relació a la desagregació per gènere, és impossible realitzar-la atesa la inexistència de diferències en el conveni col·lectiu aplicable.

### Lot 1 – Creativitat i Producció dels elements publicitaris de la campanya de turisme de reunions - MICE

Els costos salarials s'han calculat a partir d'una plantilla de treballadors/es amb les següents categories professionals i número de persones, segons la dedicació:

3 setmanes (amb dedicació al 100% de la jornada laboral):

| <b>Categoria professional</b> | <b>Retribució salarial per tres setmanes (brut) aplicable a partir del 1/1/2021</b> | <b>Número de treballadors</b> |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Director de producció         | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Director Creatiu              | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Cap de producció              | 2.495,73€                                                                           | 1                             |
| Ajudant de direcció           | 2.425,38€                                                                           | 1                             |
| Director de càsting           | 1.615,29€                                                                           | 1                             |
| Director de fotografia        | 2.790,00€                                                                           | 1                             |
| Director d'art (Agència)      | 3.263,61                                                                            | 1                             |
| <b>Total:</b>                 | <b>19.117,23€</b>                                                                   | <b>7</b>                      |

1 setmana (5 dies de rodatge; amb dedicació al 100% de la jornada laboral)

|                                              |                 |          |
|----------------------------------------------|-----------------|----------|
| Operador especialista (steadycam, drones...) | 651,56€         | 1        |
| Operador de Càmera                           | 651,56€         | 1        |
| Cap de so                                    | 639,92€         | 1        |
| Elèctrics                                    | 1.040,46        | 1        |
| Estilista                                    | 949,24          | 1        |
| Muntador d'imatge                            | 1.552,12        | 1        |
| Muntador de so                               | 1.015,34        | 1        |
| Dissenyador gràfic                           | 1.805,06        | 1        |
| <b>Total:</b>                                | <b>8.305,26</b> | <b>8</b> |

Equip artístic (de l'inici al final de la producció; al 100% de la jornada laboral)

|                 |               |          |
|-----------------|---------------|----------|
| <b>Fotògraf</b> | 6.000€        | 1        |
| <b>Total:</b>   | <b>6.000€</b> | <b>1</b> |

## Lot 2 – Creativitat i Producció d'una campanya per promocionar el Turisme Nàutic de Catalunya.

Els costos salarials s'han calculat a partir d'una plantilla de treballadors/es amb les següents categories professionals i número de persones, amb una dedicació de tres a una setmana:

3 setmanes (al 100% de la jornada laboral):

| <b>Categoria professional</b> | <b>Retribució salarial per tres setmanes (brut) aplicable a partir del 1/1/2021</b> | <b>Número de treballadors</b> |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Director de producció         | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Director Creatiu              | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Cap de producció              | 2.495,73€                                                                           | 1                             |
| Ajudant de direcció           | 2.425,38€                                                                           | 1                             |
| Director de càsting           | 1.615,29€                                                                           | 1                             |
| Director de fotografia        | 2.790,00€                                                                           | 1                             |
| Director d'art (Agència)      | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| <b>Total:</b>                 | <b>19.117,23€</b>                                                                   | <b>7</b>                      |

1 setmana (5 dies de rodatge, al 100% de la jornada laboral):

|                                              |                 |          |
|----------------------------------------------|-----------------|----------|
| Operador especialista (steadycam, drones...) | 651,56€         | 1        |
| Operador de Càmera                           | 651,56€         | 1        |
| Cap de so                                    | 639,92€         | 1        |
| Elèctrics                                    | 1.040,46€       | 1        |
| Estilista                                    | 949,24€         | 1        |
| Muntador d'imatge                            | 1.552,12€       | 1        |
| Muntador de so                               | 1.015,34€       | 1        |
| Dissenyador gràfic                           | 1.805,06€       | 1        |
| <b>Total:</b>                                | <b>8.305,26</b> | <b>8</b> |

Equip artístic (de l'inici al final de la producció, Al 100% de la jornada laboral)

|                 |               |          |
|-----------------|---------------|----------|
| <b>Fotògraf</b> | 6.000€        | 1        |
| <b>Total</b>    | <b>6.000€</b> | <b>1</b> |

### Lot 3 – Creativitat i producció d'una campanya sobre Turisme Regeneratiu i Responsable

Els costos salarials s'han calculat a partir d'una plantilla de treballadors/es amb les següents categories professionals i número de persones,:

3 setmanes (al 100% de la jornada laboral):

| <b>Categoria professional</b> | <b>Retribució salarial per tres setmanes (brut) aplicable a partir del 1/1/2021</b> | <b>Número de treballadors</b> |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Director de producció         | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Director Creatiu              | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| Cap de producció              | 2.495,73€                                                                           | 1                             |
| Ajudant de direcció           | 2.425,38€                                                                           | 1                             |
| Director de càsting           | 1.615,29€                                                                           | 1                             |
| Director de fotografia        | 2.790,00€                                                                           | 1                             |
| Director d'art (Agencia)      | 3.263,61€                                                                           | 1                             |
| <b>Total:</b>                 | <b>19.117,23€</b>                                                                   | <b>7</b>                      |

1 setmana (5 dies de rodatge, al 100% de la jornada laboral)

|                                       |                  |          |
|---------------------------------------|------------------|----------|
| Operador especialista (steadycam,...) | 651,56€          | 1        |
| Operador de Càmera                    | 651,56€          | 1        |
| Cap de so                             | 639,92€          | 1        |
| Elèctrics                             | 1.040,46         | 1        |
| Estilista                             | 949,24           | 1        |
| Muntador d'imatge                     | 1.552,12         | 1        |
| Muntador de so                        | 1.015,34         | 1        |
| Dissenyador gràfic                    | 1.805,06         | 1        |
| <b>Total</b>                          | <b>8.305,26€</b> | <b>8</b> |

En aquest Lot, a diferència dels dos Lots anteriors, no s'inclou equip artístic perquè no és necessari comptar amb un fotògraf especialitzat (les fotografies que s'han de realitzar no són per fer gràfiques).

- b) Els conceptes que conformen el pressupost es concreten de la següent forma:

#### Lot 1

| Concepte de costos directes                                                                | Import €  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <u>Costos salarials equip tècnic</u>                                                       | 33.422,49 |
| <u>Seguretat social a càrrec de l'empresa</u><br>32%                                       | 10.695,19 |
| <u>Costos producció, post producció i edítatge:</u>                                        |           |
| -Despeses viatges de localització (transport, estudi, informe)                             | 3.000€    |
| -lloguer càmeres i drons, material d'il·luminació i cablejat                               | 37.000€   |
| -desplaçaments, allotjaments i dietes (equip tècnic, artístic, agència creativa i clients) | 15.000€   |
| -assegurances personal, cotxes, material, models i figurants.                              | 5.000€    |
| -Cotxes de lloguer amb conductor                                                           | 2.000€    |
| -vestuari i art                                                                            | 500€      |
| -lloguer equips i estudis de postproducció i locució.                                      | 15.000€   |
| -gestió i costos de permisos de rodatge                                                    |           |

|                                                                    |                      |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------|
| -treballs d'edició i tractament de les imatges (gràfica i digital) | 3.000€<br>14.512,76€ |
| <b>TOTAL COSTOS DIRECTES</b>                                       | <b>139.130,44 €</b>  |

| Concepte de costos indirectes  | Import €          |
|--------------------------------|-------------------|
| Despeses generals d'estructura | 5.289,26€         |
| Benefici empresarial (15%)     | 20.869,56€        |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTES</b> | <b>26.158,82€</b> |

|                                                    |                    |
|----------------------------------------------------|--------------------|
| <b>TOTAL DE COSTOS<br/>(DIRECTES + INDIRECTES)</b> | <b>165.289,26€</b> |
|----------------------------------------------------|--------------------|

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| <b>IMPOST VALOR AFEGIT 21%</b> | <b>34.710,74€</b> |
|--------------------------------|-------------------|

|                                                      |                    |
|------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>IMPORT TOTAL PRESSUPOST<br/>LICITACIÓ AMB IVA</b> | <b>200.000,00€</b> |
|------------------------------------------------------|--------------------|

## Lot 2

| Concepte de costos directes                                                                | Import €  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <u>Costos salarials equip tècnic</u>                                                       | 33.422,49 |
| <u>Seguretat social a càrrec de l'empresa 32%</u>                                          | 10.695,19 |
| <u>Costos producció, post producció i editatge:</u>                                        |           |
| -Despeses viatges de localització (transport, estudi, informe)                             | 3.000€    |
| -lloguer càmeres i drons, material d'il·luminació i cablejat                               | 37.000€   |
| -desplaçaments, allotjaments i dietes (equip tècnic, artístic, agència creativa i clients) | 15.000€   |
| -assegurances personal, cotxes, material, models i figurants.                              | 5.000€    |
| -Cotxes de lloguer amb conductor                                                           | 2.000€    |

|                                                                    |                     |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------|
| -vestuari i art                                                    | 500€                |
| -lloguer equips i estudis de postproducció i locució.              | 15.000€             |
| -gestió i costos de permisos de rodatge                            | 3.000€              |
| -treballs d'edició i tractament de les imatges (gràfica i digital) | 14.512,76€          |
| <b>TOTAL COSTOS DIRECTES</b>                                       | <b>139.130,44 €</b> |

| Concepte de costos indirectes  | Import €          |
|--------------------------------|-------------------|
| Despeses generals d'estructura | 5.289,26€         |
| Benefici empresarial (15%)     | 20.869,56€        |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTES</b> | <b>26.158,82€</b> |

|                                                    |                    |
|----------------------------------------------------|--------------------|
| <b>TOTAL DE COSTOS<br/>(DIRECTES + INDIRECTES)</b> | <b>165.289,26€</b> |
|----------------------------------------------------|--------------------|

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| <b>IMPOST VALOR AFEGIT 21%</b> | <b>34.710,74€</b> |
|--------------------------------|-------------------|

|                                                      |                    |
|------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>IMPORT TOTAL PRESSUPOST<br/>LICITACIÓ AMB IVA</b> | <b>200.000,00€</b> |
|------------------------------------------------------|--------------------|

### Lot 3

| Concepte de costos directes                                    | Import €   |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| <u>Costos salarials equip tècnic</u>                           | 27.422,49€ |
| <u>Seguretat social a càrrec de l'empresa</u><br>32%           | 8.775,19€  |
| <u>Costos producció, post producció i editatge:</u>            |            |
| -Despeses viatges de localització (transport, estudi, informe) | 3.000,00€  |
| -lloguer càmeres i drons, material d'il·luminació i cablejat   | 22.739,43€ |

|                                                                                            |                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| -desplaçaments, allotjaments i dietes (equip tècnic, artístic, agència creativa i clients) | 12.000€            |
| -assegurances personal, cotxes, material, models i figurants.                              | 3.000€             |
| -Cotxes de lloguer amb conductor                                                           | 2.000€             |
| -vestuari i art                                                                            | 500€               |
| -lloguer equips i estudis de postproducció i locució.                                      | 8.000€             |
| -gestió i costos de permisos de rodatge                                                    | 2.000€             |
| -treballs d'edició i tractament de les imatges (gràfica i digital)                         | 14.881,96€         |
|                                                                                            | <b>68.121,39€</b>  |
| <b>TOTAL COSTOS DIRECTES</b>                                                               | <b>104.319,07€</b> |

| Concepte de costos indirectes  | Import €         |
|--------------------------------|------------------|
| Despeses generals d'estructura | 4.000,01€        |
| Benefici empresarial (15%)     | 15.647,86        |
| <b>TOTAL COSTOS INDIRECTES</b> | <b>19.647,87</b> |

|                                                |                    |
|------------------------------------------------|--------------------|
| <b>TOTAL DE COSTOS (DIRECTES + INDIRECTES)</b> | <b>123.966,94€</b> |
|------------------------------------------------|--------------------|

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| <b>IMPOST VALOR AFEGIT 21%</b> | <b>26.033,06€</b> |
|--------------------------------|-------------------|

|                                                  |                    |
|--------------------------------------------------|--------------------|
| <b>IMPORT TOTAL PRESSUPOST LICITACIÓ AMB IVA</b> | <b>150.000,00€</b> |
|--------------------------------------------------|--------------------|

### F3. Valor Estimat del Contracte (VEC):

|                                        | Lot 1       | Lot 2       | Lot 3       |
|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Pressupost sense IVA contracte inicial | 165.289,26€ | 165.289,26€ | 123.966,94€ |
| Modificació                            |             |             |             |
| Import de la pròrroga                  |             |             |             |
| Modificació a la pròrroga              |             |             |             |

|                                                    |                    |
|----------------------------------------------------|--------------------|
| <b>TOTAL VALOR ESTIMAT DEL<br/>CONTRACTE (VEC)</b> | <b>454.545,46€</b> |
|----------------------------------------------------|--------------------|

#### F4. Forma de pagament

|                                     |                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/>            | Periodicitat mensual / trimestral / semestral / anual (prèvia justificació de .....)                                                                                       |
| <input type="checkbox"/>            | D'acord amb el següent calendari:                                                                                                                                          |
| <input checked="" type="checkbox"/> | - 30% del preu del contracte prèvia presentació del pla de rodatge i guió definitiu                                                                                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | - 60% del preu del contracte a la finalització del rodatge amb justificant del mateix                                                                                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | - 10% restant del preu a la finalització del contracte, previ lliurament de totes les peces incloses en la contractació i detallades en el PPT (incloses les adaptacions). |

#### G. Existència de crèdit

##### G1. Partida pressupostària

La partida pressupostària en la qual es preveu la consignació de crèdit adient, adequat i suficient per tal d'atendre la despesa corresponent a aquest contracte és 22009010005000 - Campanyes de productes/Creativitat/Publicitat

##### G2. Despesa de caràcter pluriennal

|                                     |                                                                    |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | No                                                                 |
| <input type="checkbox"/>            | Sí, amb la distribució de les anualitats que consta a continuació: |

#### H. Durada

##### H1. Termini de durada del contracte

Des de la signatura del contracte i fins el 31 de desembre de 2023, o fins el lliurament de tots els elements i fetes totes les validacions par part de l'Agència Catalana de Turisme, si es produeix abans del 31 de desembre de 2023.

##### H2. Possibilitat de pròrroga i termini

|                                     |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | No                |
| <input type="checkbox"/>            | Sí. Període ..... |

#### I. Solvència

##### I1. Solvència econòmica i financera:

El volum de negocis anual és un indicador pel qual l'empresa demostra la seva solvència i per tant demanem un volum igual o superior al pressupost base de licitació de cada lot assegurar-nos que pot desenvolupar amb garantia, les tasques que se'n deriven de cadascun dels lots.

☐ Volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici de les activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per un import igual o superior al que consta a continuació: *(pel cas d'escollir aquesta opció, omplir necessàriament els 3 camps que segueixen a continuació)*

1. Import igual o superior a

- Lot 1: 200.000 €
- Lot 2: 200.000€
- Lot 3: 150.000€

2.

- ☒ Volum de negocis anual "General"  
*(total facturació empresa)*
- ☐ Volum de negocis anual "Específic"  
*(en l'àmbit al que es refereix el contracte)*

3. Mitjà d'acreditació:

- ☐ Comptes anuals o llibre d'inventaris legalitzats pel Registre Mercantil.
- ☒ Declaració de l'empresari indicant el volum de negocis.

☐ Justificant de l'existència d'una assegurança de responsabilitat civil per riscos professionals per un import igual o superior al que consta a continuació: *(aquesta opció només es pot seleccionar en contractes consistents en serveis professionals; i pel cas d'escollir-la, caldrà especificar l'import)*

1. Import igual o superior a:

☐ Patrimoni net, o bé ràtio entre actius i passius, al tancament de l'últim exercici econòmic per un import igual o superior al que consta a continuació:

1. Import igual o superior a:

2. Mètodes i criteris:

3. Mitjà d'acreditació:

## 12. Solvència tècnica o professional:

Una relació de projectes iguals o similars al que es sol·licita en aquesta licitació, amb l'objectiu de garantir que les empreses licitadores estan capacitades i amb experiència per desenvolupar un servei de qualitat.

☒ Una relació signada pel legal representant de l'empresa dels principals serveis o treballs efectuats de la mateixa o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte en el curs de, com a màxim, els tres últims anys, en la qual s'indiqui l'import, la data i el destinatari (públic o privat) dels mateixos.

- Com a mínim caldrà acreditar la realització de dos serveis o treballs en l'àmbit següent: produccions d'espots o vídeos o en qualsevol àmbit sempre i quan incloguin diverses localitzacions i produccions d'exterior amb paisatges i actors o figurants. D'aquests dos serveis o treballs, almenys un d'ells haurà de ser en el àmbit internacional.

Aquest requisit serà exigible per tots els lots, llevat del Lot 3, on també caldrà acreditar la realització de dos serveis o treballs, però que poden ser ambdós d'àmbit català.

Les empreses que es presentin a més d'un lot compliran el present requisit acreditant únicament la realització dels dos treballs requerits, de tal forma que no caldrà que acreditin específicament dos treballs diferents per cadascun dels Lots als que es presentin.

### 13. Solvència tècnica o professional per a empreses de nova creació

Per les empreses de nova creació, enteses com aquelles que tenen una antiguitat inferior a 5 anys, únicament hauran de justificar els apartats següents:

- ☒ No s'escau, atès que el contracte està subjecte a regulació harmonitzada  
☐ Sí:

### 14. Habilitació empresarial o professional que, si s'escau, sigui exigible per dur a terme l'activitat o prestació que constitueixi l'objecte del contracte

- ☒ No s'escau  
☐ Sí

## J. Criteris d'adjudicació:

### Quadre de criteris d'adjudicació per al Lot 1 Creativitat i Producció dels elements publicitaris de la campanya de Turisme de Reunions - MICE :

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre als criteris d'adjudicació que es detallen a continuació.

Sobre una puntuació màxima de 100 punts es distribueix la puntuació de la manera següent:

| Criteris / subcriteris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Puntuació            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>A) Criteris d'adjudicació avaluable automàticament (objectius):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>55 punts</b>      |
| <b>A.1 Preu</b><br><br><i>L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran aplicant la fórmula següent:</i> $P_v = \left[ 1 - \left( \frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left( \frac{1}{VP} \right) \right] \times P$ <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><math>P_v</math> = Puntuació de l'oferta a Valorar<br/> <math>P</math> = Punts criteri econòmic<br/> <math>O_m</math> = Oferta Millor<br/> <math>O_v</math> = Oferta a Valorar<br/> <math>IL</math> = Import de Licitació<br/> <math>VP</math> = Valor de ponderació</p> </div> <p>El valor de ponderació (VP) tindrà el valor de 1</p> | <b>Fins 35 punts</b> |
| <b>A.2 Millora en el temps de lliurament de les adaptacions fins a un màxim de 9 hores: fins a 3 punts</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Fins 20 punts</b> |

Les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores. *(D'acord amb el que s'estableix al PPT, les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores)*

L'empresa que presenti una reducció major en aquest termini (fins a un màxim de 9 hores) obtindrà la màxima puntuació, i per la resta es disminuirà la puntuació proporcionalment al termini de reducció d'hores.

La formula que s'aplicarà és la següent:

$$P = (TRO / TRM) \times 3 \text{ punts}$$

On "P" és la puntuació del criteri, "TRO" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que es puntua i "TRM" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que presenti la reducció més alta fins al màxim d'hores establert.

**A.3 Millora en el nombre d'idiomes dels elements produïts per la campanya (postproducció i editatge del vídeo i tots el formats demanats a l'Annex 1), fins a 14 punts:**

Idioma extra francès ..... 7 punts

Idioma extra alemany ..... 7 punts

**A.4 Compromís d'incorporar a l'equip de treball un expert en màrqueting digital i un expert comunicació digital a xarxes socials.**

Expert en màrqueting digital ..... 1 punts

Expert en xarxes socials ..... 2 punts

Es valorarà com a millora que l'empresa es comprometi a incorporar dos perfils professionals vinculats als màrqueting digital, ja que les campanyes tenen un component digital amb pes específic dintre del projecte que es veuria beneficiat amb la incorporació d'aquests perfils. En concret:

- Expert en màrqueting digital (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en màrqueting digital el professional que defineix, estableix, planifica i dirigeix el pla de màrqueting digital de l'empresa.
- Expert en xarxes socials (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en xarxes socials el professional que estableix, planifica i aplica estratègies de mitjans socials en el context del màrqueting digital per a empreses. És un expert en creació i planificació adequada en el temps de continguts per a xarxes socials.

| Criteris / subcriteris                                                               | Puntuació            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>B) Criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor:</b> | <b>45 punts</b>      |
| <b>B.1. Creativitat i producció</b>                                                  | <b>Fins 40 punts</b> |

**Elements clau de la creativitat:**

**a) Concepte creatiu.**

Com s'articula i defineix el concepte creatiu, de manera coherent amb els objectius de campanya (públic objectiu, objectius de comunicació, valors i mercats) quant al redactat del guió o *storytelling* i missatge de campanya o *claim*.

..... **fins a 5 punts**

Storytelling ..... fins a 2 punts

Missatge de campanya o *claim* ..... fins a 3 punts

**b) Impacte i comprensió.**

Es valorarà com s'incorporen aquests conceptes al disseny i estètica de les maquetes dels elements publicitaris següents: vídeo llarg, preroll, gràfica i banner. .... **fins a 3 punts.**

**c) Innovació i originalitat.**

La maqueta del vídeo i resta d'elements han de presentar un plantejament de continguts i forma de comunicar que amplifiqui i impulsi la campanya d'una manera innovadora i original (en positiu). Aquesta manera de fer i comunicar s'aplica amb coherència, tenint el compte el missatge i els objectius de comunicació. Aconsegueix amplificar la notorietat i visibilitat de la campanya..... **fins a 3 punts**

Plantejament innovador/original ..... fins a 2 punts.

Plantejament que impulsa la campanya a nivell mediàtic ...fins a 1 punts.

**d) Sostenibilitat, turisme responsable inclusió**

Es valorarà com s'inclouen els valors de la sostenibilitat, el turisme responsable i la inclusió en el plantejament de la campanya i en la maqueta dels elements publicitaris (Annex 1).

En concret, es valorarà que s'incorpori de forma clara i visible els següents valors a la maqueta presentada, tant en el guió com en els elements visuals .....fins a 12

- Sostenibilitat (desestacionalització, diversificació, despesa i desconcentració) ... fins a 3 punts
- Turisme responsable (elements clau i diferenciadors que tinguin en compte la relació de turistes i locals i la preocupació per el medi ambient)... fins a 3 punts.
- Inclusió (de gènere, sexe, social i de col·lectius amb mobilitat limitada o diversitat funcional) ... fins a 6 punts

**e) Els missatges i proposta de guió realitzen una correcta declinació als mercats de campanya ..... fins a 2 punts**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <p>           Mercat de proximitat (Catalunya i la resta de l'Estat)..... 1 punt<br/>           Mercat internacional ..... 1 punt         </p> <p><b>Elements clau de la producció:</b></p> <p><b>f) Integració i coherència entre els codis visuals i gràfics.</b></p> <p>Integració i coherència entre els codis visuals (fotografies i vídeos) i gràfics (tipografia, logos, grafismes). Com es diversifica la manera de comunicar i els codis visuals en funció dels canals (vídeo, gràfica i estil fotogràfic) i d'un plantejament holístic..... <b>fins a 7 punts</b></p> <p>           Formats digitals ..... 2 punts<br/>           Adaptacions vídeo per a xarxes ..... 1 punt<br/>           Gràfiques ..... 1 punt<br/>           Vídeo genèric ..... 3 punts         </p> <p><b>g) Com s'aplica la innovació a nivell tecnològic.</b></p> <p>Es valorarà l'ús de la tecnologia de manera creativa i innovadora amb l'objectiu d'incrementar la notorietat i la interacció amb el públic objectiu (ex: intel·ligència artificial, Realitat Virtual, Realitat augmentada, hologrames, etc.). El sistema o tecnologia que es presenti ha de poder aplicar al vídeo i/o formats digitals i ha d'estar inclòs en el preu de la licitació..... <b>fins a 6 punts</b></p> <p>Com s'aplica al vídeo genèric (explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari) ..... fins a 3 punts</p> <p>Com s'aplica als formats digitals (Explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari)..... fins a 3 punts</p> <p><b>h) Com s'adapta el conjunt de la campanya a les localitzacions, recursos i activitats que es vol mostrar per comunicar el turisme de reunions.</b></p> <p>Es valorarà que es tingui en compte tot el territori, de manera equilibrada, en la producció de tots els elements de campanya. Així com el fet que la diversitat de l'oferta i espais del turisme de reunions estigui present de manera clara i visible ..... fins a 2 punts</p> |                       |
| <b>B.2. Dinamització i impuls de la campanya</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Fins a 5 punts</b> |
| <p>           a) Col·laboració de l'empresa amb la dinamització de la campanya a través d'una proposta estratègica per aplicar a les nostres xarxes i canals propis. .... 3 punts<br/>           b) Proposta d'un plantejament de presentació de la campanya que esdevingui un impuls a l'inici de la campanya, tenint en compte que el públic objectiu és B2B (empresaris, Patronats, espais singulars, hotels...), els valors de de l'ACT i que som una entitat pública... 2 punts         </p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                       |

## **Quadre de criteris d'adjudicació per al Lot 2 Creativitat i Producció de la campanya de Turisme Nàutic**

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre als criteris d'adjudicació que es detallen a continuació.

Sobre una puntuació màxima de 100 punts es distribueix la puntuació de la manera següent:

| Criteris / subcriteris                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Puntuació            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>A) Criteris d'adjudicació avaluables automàticament (objectius):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>55 punts</b>      |
| <b>A.1. Preu</b><br><br><i>L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran aplicant la fórmula següent:</i> $P_v = \left[ 1 - \left( \frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left( \frac{1}{VP} \right) \right] \times P$ <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p> <i>P<sub>v</sub> = Puntuació de l'oferta a Valorar</i><br/> <i>P = Punts criteri econòmic</i><br/> <i>O<sub>m</sub> = Oferta Millor</i><br/> <i>O<sub>v</sub> = Oferta a Valorar</i><br/> <i>IL = Import de Licitació</i><br/> <i>VP = Valor de ponderació</i> </p> </div> <p>El valor de ponderació (VP) tindrà el valor de 1</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Fins 35 punts</b> |
| <b>A.2. Millora en el temps de lliurament de les adaptacions fins a un màxim de 9 hores..... fins a 3 punts</b><br><br><p>Les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores. <i>(D'acord amb el que s'estableix al PPT, les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores)</i></p> <p>L'empresa que presenti una reducció major en aquest termini (fins a un màxim de 9 hores) obtindrà la màxima puntuació, i per la resta es disminuirà la puntuació proporcionalment al termini de reducció d'hores.</p> <p>La formula que s'aplicarà és la següent:</p> $P = (TRO / TRM) \times 3 \text{ punts}$ <p>On "P" és la puntuació del criteri, "TRO" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que es puntua i "TRM" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que presenti la reducció més alta fins al màxim d'hores establert.</p> | <b>Fins 20 punts</b> |
| <b>A.3. Millora en el nombre d'idiomes dels elements produïts per la campanya (postproducció i editatge del vídeo i tots els formats demanats a l'Annex 1), fins a 14 punts:</b><br><br><p>Idioma extra francès ..... 7 punts</p> <p>Idioma extra alemany ..... 7 punts</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p><b>A.4 Compromís d'incorporar a l'equip de treball un expert en màrqueting digital i un expert comunicació digital a xarxes socials.</b></p> <p>Expert en màrqueting digital ..... 1 punt<br/>                 Expert en xarxes socials ..... 2 punts</p> <p>Es valorarà com a millora que l'empresa es comprometi a incorporar dos perfils professionals vinculats als màrqueting digital, ja que les campanyes tenen un component digital amb pes específic dintre del projecte que es veuria beneficiat amb la incorporació d'aquests perfils. En concret:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expert en màrqueting digital (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en màrqueting digital el professional que defineix, estableix, planifica i dirigeix el pla de màrqueting digital de l'empresa.</li> <li>- Expert en xarxes socials (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en xarxes socials el professional que estableix, planifica i aplica estratègies de mitjans socials en el context del màrqueting digital per a empreses. És un expert en creació i planificació adequada en el temps de continguts per a xarxes socials.</li> </ul> |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

| <b>Criteris / subcriteris</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Puntuació</b>     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>B) Criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>45 punts</b>      |
| <b>B.1. Creativitat i producció</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Fins 40 punts</b> |
| <p><b>Elements clau de la creativitat:</b></p> <p><b>a) Concepte creatiu.</b><br/>                 Com s'articula i defineix el concepte creatiu, de manera coherent amb els objectius de campanya (públic objectiu, objectius de comunicació, valors i mercats) al guió o <i>storytelling</i> i al missatge de campanya o <i>claim</i>.</p> <p>Storytelling ..... fins a 2 punts<br/>                 Missatge de campanya o <i>claim</i> ..... fins a 3 punts</p> <p><b>b) Impacte i comprensió.</b><br/>                 Es valorarà com s'incorporen aquests conceptes al disseny i estètica de les maquetes dels elements publicitaris següents: vídeo llarg, preroll, gràfica i banner. .... fins a 3 punts.</p> <p><b>c) Innovació i originalitat.</b><br/>                 La maqueta del vídeo i resta d'elements han de presentar un plantejament de continguts i forma de comunicar que amplifiqui i impulsi la campanya d'una manera innovadora i original (en positiu). Aquesta manera de fer i comunicar s'aplica amb coherència, tenint el compte el missatge i els objectius de</p> |                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>comunicació. Aconsegueix amplificar la notorietat i visibilitat de la campanya..... fins a 3 punts</p> <p>Plantejament innovador/original ..... fins a 2 punts.<br/>Plantejament que impulsa la campanya a nivell mediàtic ...fins a 1 punts</p> <p><b>d) Sostenibilitat, turisme responsable inclusió</b></p> <p>Es valorarà com s'inclouen els valors de la sostenibilitat, el turisme responsable i la inclusió en el plantejament de la campanya i en la maqueta dels elements publicitaris (Annex 1).</p> <p>En concret, es valorarà que s'incorpori de forma clara i visible els següents valors a la maqueta presentada, tant en el guió com en els elements visuals .....fins a 12</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostenibilitat (desestacionalització, diversificació, despesa i desconcentració) ... fins a 3 punts</li> <li>- Turisme responsable (elements clau i diferenciadors que tinguin en compte la relació de turistes i locals i la preocupació per el medi ambient)... fins a 3 punts.</li> <li>- Inclusió (de gènere, sexe, social i de col·lectius amb mobilitat limitada o diversitat funcional) ... fins a 6 punts</li> </ul> <p><b>d) Els missatges i proposta de guió realitzen una correcta declinació als mercats de campanya ..... fins a 2 punts</b></p> <p>Mercat de proximitat (Catalunya i la resta de l'Estat)..... 1 punt<br/>Mercat internacional ..... 1 punt</p> <p><b>Elements clau de la producció:</b></p> <p><b>e) Integració i coherència entre els codis visuals i gràfics.</b></p> <p>Integració i coherència entre els codis visuals (fotografies i vídeos) i gràfics (tipografia, logos, grafismes). Com es diversifica la manera de comunicar i els codis visuals en funció dels canals i d'un plantejament holístic. .... fins a 7 punts</p> <p>Formats digitals ..... 2 punts<br/>Adaptacions vídeo per a xarxes ..... 1 punt<br/>Gràfiques ..... 1 punt<br/>Vídeo genèric ..... 3 punts</p> <p><b>f) Com s'aplica la innovació a nivell tecnològic.</b></p> <p>Es valorarà l'ús de la tecnologia de manera creativa i innovadora amb l'objectiu d'incrementar la notorietat i la interacció amb el públic objectiu (ex: intel·ligència artificial, Realitat Virtual, Realitat augmentada, hologrames, etc.). El sistema o tecnologia que es presenti ha de poder aplicar al vídeo i/o formats digitals i ha d'estar inclòs en el preu de la licitació..... <b>fins a 6 punts</b></p> |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <p>Com s'aplica al vídeo genèric (explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari) ..... fins a 3 punts</p> <p>Com s'aplica als formats digitals (Explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari)..... fins a 3 punts</p> <p><b>g) Com s'adapta el conjunt de la campanya a les localitzacions, recursos i activitats que es vol mostrar per comunicar el turisme nàutic</b></p> <p>Es té en compte tot el territori (marques turístiques) de manera equilibrada en la producció de tots els elements de campanya. La diversitat de l'oferta i els espais on practicar el turisme nàutic(tant de litoral com d'interior) estan present de manera clara i visible. .... fins a 2 punts</p> |                       |
| <b>B.2. Dinamització i impuls de la campanya</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Fins a 5 punts</b> |
| <p>a) Col·laboració de l'empresa amb la dinamització de la campanya a través d'una proposta estratègica per aplicar a les nostres xarxes i canals propis..... 3 punts</p> <p>b) Proposta d'un plantejament de presentació de la campanya que esdevingui un impuls a l'inici de la campanya, tenint en compte la propera celebració de l'esdeveniment "Copa de l'Amèrica", els valors de l'ACT i que som una entitat pública..... 2 punt</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                       |

**Quadre de criteris d'adjudicació per al Lot 3 Creativitat i producció d'una campanya de Turisme Regeneratiu i Responsable adreçada a les catalanes i catalans**

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre als criteris d'adjudicació que es detallen a continuació.

Sobre una puntuació màxima de 100 punts es distribueix la puntuació de la manera següent:

| <b>Criteris / subcriteris</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Puntuació</b>     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>A) Criteris d'adjudicació avaluable automàticament (objectius):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>55 punts</b>      |
| <p><b>A.1. Preu</b></p> <p><i>L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran aplicant la fórmula següent:</i></p> $P_v = \left[ 1 - \left( \frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left( \frac{1}{VP} \right) \right] \times P$ <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p><math>P_v</math> = Puntuació de l'oferta a Valorar<br/> <math>P</math> = Punts criteri econòmic<br/> <math>O_m</math> = Oferta Millor<br/> <math>O_v</math> = Oferta a Valorar<br/> <math>IL</math> = Import de Licitació<br/> <math>VP</math> = Valor de ponderació</p> </div> <p>El valor de ponderació (VP) tindrà el valor de 1</p> | <b>Fins 40 punts</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <p><b>A.2. Millora en el temps de lliurament de les adaptacions fins a un màxim de 9 hores..... fins a 5 punts</b></p> <p>Les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores. <i>(D'acord amb el que s'estableix al PPT, les adaptacions s'hauran de lliurar prèvia petició de l'ACT en un termini màxim de 36 hores)</i></p> <p>L'empresa que presenti una reducció major en aquest termini (fins a un màxim de 9 hores) obtindrà la màxima puntuació, i per la resta es disminuirà la puntuació proporcionalment al termini de reducció d'hores.</p> <p>La formula que s'aplicarà és la següent:</p> $P = (TRO / TRM) \times 5 \text{ punts}$ <p>On "P" és la puntuació del criteri, "TRO" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que es puntua i "TRM" és el termini de reducció d'hores de lliurament d'adaptacions de l'empresa que presenti la reducció més alta fins al màxim d'hores establert.</p> <p><b>A.3 Compromís d'incorporar a l'equip de treball un expert en màrqueting digital i un expert comunicació digital a xarxes socials. (el lot 3 incorpora a les obligacions un pla de comunicació digital i calendari d'actuacions. Per aquest motiu els perfils digitals es valoren amb una puntuació mes alta ja que poden oferir un valor afegit mes qualitatiu) ..... fins a 10 punts</b></p> <p>Expert en màrqueting digital ..... 5 punts<br/>         Expert en xarxes socials ..... 5 punts</p> <p>Es valorarà com a millora que l'empresa es comprometi a incorporar dos perfils professionals vinculats als màrqueting digital, ja que les campanyes tenen un component digital amb pes específic dintre del projecte que es veuria beneficiat amb la incorporació d'aquests perfils. En concret:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expert en màrqueting digital (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en màrqueting digital el professional que defineix, estableix, planifica i dirigeix el pla de màrqueting digital de l'empresa.</li> <li>- Expert en xarxes socials (experiència mínima professional de 3 anys). S'entén per expert en xarxes socials el professional que estableix, planifica i aplica estratègies de mitjans socials en el context del màrqueting digital per a empreses. És un expert en creació i planificació adequada en el temps de continguts per a xarxes socials.</li> </ul> | <p><b>Fins 15 punts</b></p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|

| Criteris / subcriteris | Puntuació |
|------------------------|-----------|
|------------------------|-----------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>B) Criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>45 punts</b>      |
| <b>B.1. Creativitat i producció</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Fins 40 punts</b> |
| <p><b>Elements clau de la creativitat:</b></p> <p><b>a) Concepte creatiu.</b><br/>         Com s'articula i defineix el concepte creatiu, de manera coherent amb els objectius de campanya (públic objectiu, objectius de comunicació, valors i mercats) al guió o <i>storytelling</i> i al missatge de campanya o <i>claim</i>.</p> <p>Storytelling ..... fins a 2 punts<br/>         Missatge de campanya o <i>claim</i> ..... fins a 3 punts</p> <p><b>b) Impacte i comprensió.</b><br/>         Es valorarà com s'incorporen aquests conceptes al disseny i estètica de les maquetes dels elements publicitaris següents: vídeo llarg, preroll, gràfica i banner. .... fins a 3 punts.</p> <p><b>c) Innovació i originalitat.</b><br/>         La maqueta del vídeo i resta d'elements han de presentar un plantejament de continguts i forma de comunicar que amplifiqui i impulsi la campanya d'una manera innovadora i original (en positiu). Aquesta manera de fer i comunicar s'aplica amb coherència, tenint el compte el missatge i els objectius de comunicació. Aconsegueix amplificar la notorietat i visibilitat de la campanya..... fins a 3 punts</p> <p>Plantejament innovador/original ..... fins a 2 punts.<br/>         Plantejament que impulsa la campanya a nivell mediàtic ...fins a 1 punts</p> <p><b>d) Sostenibilitat, turisme responsable inclusió</b><br/>         Es valorarà com s'inclouen els valors de la sostenibilitat, el turisme responsable i la inclusió en el plantejament de la campanya i en la maqueta dels elements publicitaris (Annex 1).<br/>         En concret, es valorarà que s'incorpori de forma clara i visible els següents valors a la maqueta presentada, tant en el guió com en els elements visuals .....fins a 12</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sostenibilitat (desestacionalització, diversificació, despesa i desconcentració) ... fins a 3 punts</li> <li>- Turisme responsable (elements clau i diferenciadors que tinguin en compte la relació de turistes i locals i la preocupació per el medi ambient)... fins a 3 punts.</li> <li>- Inclusió (de gènere, sexe, social i de col·lectius amb mobilitat limitada o diversitat funcional) ... fins a 6 punts</li> </ul> <p><b>d) Els missatges i proposta de guió realitzen una correcta declinació a tots els públics ..... fins a 2 punts.</b></p> |                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <p><b>Elements clau de la producció:</b></p> <p><b>e) Integració i coherència entre els codis visuals i gràfics.</b></p> <p>Integració i coherència entre els codis visuals (fotografies i vídeos) i gràfics (tipografia, logos, grafismes). Com es diversifica la manera de comunicar i els codis visuals en funció dels canals i d'un plantejament holístic. .... fins a 7 punts</p> <p>Formats digitals ..... 2 punts<br/> Adaptacions vídeo per a xarxes ..... 1 punt<br/> Gràfiques ..... 1 punt<br/> Vídeos/spots ..... 2 punts<br/> Àudio ..... 1 punt</p> <p><b>f) Com s'aplica la innovació a nivell tecnològic.</b></p> <p>Es valorarà l'ús de la tecnologia de manera creativa i innovadora amb l'objectiu d'incrementar la notorietat i la interacció amb el públic objectiu (ex: intel·ligència artificial, Realitat Virtual, Realitat augmentada, hologrames, etc.). El sistema o tecnologia que es presenti ha de poder aplicar al vídeo i/o formats digitals i ha d'estar inclòs en el preu de la licitació..... fins a 6 punts</p> <p>Com s'aplica al vídeo genèric (explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari) ..... fins a 3 punts<br/> Com s'aplica als formats digitals (Explicació de la tecnologia i de com aquesta aplicació millora la interacció amb l'usuari)..... fins a 3 punts</p> <p><b>g) Com s'adapta el conjunt de la campanya a tot el territori català.</b></p> <p>Es té en compte tot el territori de manera equilibrada en la producció de tots els elements de campanya. La diversitat està present de manera clara i visible. .... fins a 2 punts</p> |                       |
| <b>B.2. Dinamització i impuls de la campanya</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Fins a 5 punts</b> |
| <p>a) Col·laboració de l'Agència amb la dinamització de la campanya a través d'una proposta estratègica per aplicar a les nostres xarxes i canals propis..... 3 punts</p> <p>b) Proposta d'un plantejament de calendari amb les propostes/accions digitals que acompanyaran a la campanya i ajudaran a impulsar-la de manera orgànica. .... 2 punts</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                       |

**Metodologia per a la valoració dels criteris d'adjudicació avaluable mitjançant judici de valor (per a cadascun dels lots)**

Un cop efectuada la valoració del criteri **B1. Creativitat**, es comprovarà que almenys una de les propostes superi el valor determinat en la taula següent:

|          |                            |
|----------|----------------------------|
| Criteris | Llindar mínim de valoració |
|----------|----------------------------|

|                                                    |                 |
|----------------------------------------------------|-----------------|
| <b>B1. Creativitat i producció (lots 1, 2 i 3)</b> | <b>32 punts</b> |
|----------------------------------------------------|-----------------|

1. Cas que almenys una de les propostes superi el llindar mínim de valoració del criteri a valorar, s'aplicarà la següent fórmula per obtenir les puntuacions de l'oferta que permetrà assignar la màxima puntuació a l'oferta millor valorada en aquest criteri:

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

$P_{op}$  = Puntuació de l'Oferta a Puntuar  
 $P$  = Puntuació del criteri  
 $VT_{op}$  = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua  
 $VT_{mv}$  = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

2. Cas que en el criteri cap de les propostes superi el llindar mínim de valoració, es considerarà que la puntuació a atorgar en aquell és el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes:

$$P_{op} = VT_{op}$$

Pel què fa al criteri **B2. Dinamització i impuls de la campanya**, tant per la pròpia definició del criteri com perquè no hi ha prou rang de punts com per aplicar un llindar mínim de valoració, la puntuació a atorgar en aquest serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes:

$$P_{op} = VT_{op}$$

#### Justificació dels criteris d'adjudicació (per a cadascun dels lots):

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Justificació criteris adjudicació</b></p> | <p><b>Criteris d'adjudicació avaluable automàticament:</b></p> <p><b>Preu:</b><br/>Aquest criteri és el que determina l'oferta econòmica, decisiu per saber quina és la proposta més econòmica. És important poder obtenir les millors condicions econòmiques, garantint sempre el bon resultat del projecte.<br/>Tal com estableix l'article 146.2 de la LCSP, s'aplica la fórmula matemàtica proposada perquè és lineal respecte la puntuació que s'atorga a les diferents ofertes. En aquest sentit, amb la fórmula proposada s'atorga la màxima puntuació a l'oferta que presenta el preu més econòmic respecte el preu màxim de licitació, i la mínima puntuació a l'oferta que presenta el preu més alt respecte el preu màxim de licitació. La fórmula compleix criteris de transparència, igualtat de tractament, proporcionalitat, presenta lògica i no és arbitrària. Al mateix temps és la mateixa fórmula que es proposa per puntuar les ofertes econòmiques en la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica, de la Direcció General de Contractació Pública, en les licitacions de contractes de l'Administració de la Generalitat de Catalunya.</p> <p><b>Terminis de lliurament de les adaptacions:</b><br/>Aquests criteris permeten, d'una banda, valorar la possibilitat d'afegir els elements publicitaris abans i, d'aquesta manera, arribar a calendaris més òptims per la planificació internacional (viatgers que</p> |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>planifiquen amb molta antelació al període vacacional) i, de l'altra banda, afavoreixen el treball dels equips de les centrals de mitjans.</p> <p><b>Millora en els idiomes extres de campanya.</b> Que la mateixa agència creativa realitzi i inclogui idiomes extres de campanya afavoreix la qualitat i adequació del missatge publicitari a altres mercats.</p> <p><b>Compromís d'incorporar a l'equip de dos perfils experts en marketing digital (Expert en marketing digital i Expert en xarxes socials)</b> Aquest criteri pot oferir un valor afegit a la dinamització de les campanyes a canals propis de l'ACT (digitals). Les campanyes estan pensades per canals digitals i la participació d'un expert garanteix una producció més més qualitativa per part de l'agència. <b>(el lot 3 incorpora a les obligacions un pla de comunicació digital i calendari d'actuacions. Per aquest motiu els perfils digitals es valoren amb una puntuació més alta ja que poden oferir un valor afegit més qualitatiu)</b></p> <p><b>Criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor:</b></p> <p>Els criteris responen a una contractació on la prestació principal és eminentment de caràcter intel·lectual i creatiu. L'empresa guanyadora haurà d'idear, dissenyar i desenvolupar un seguit de peces creatives per tal d'oferir una campanya el més potent possible, per tal d'arribar al públic objectiu. Aquestes peces (spots de TV, vídeos, anuncis gràfics i digitals...) tenen un eminent caràcter creatiu.</p> <p>Es valoren aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre s'ajusti als objectius fixats i que es faci de manera entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic de proximitat i internacional. Els criteris específics de valoració s'han determinat pels següents paràmetres d'anàlisi tenint en compte la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge) i el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge).</p> <p><b>Creativitat. Elements clau</b></p> <p>En quant a la creativitat, es valoren aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre s'ajusti als objectius fixats i que es faci de manera entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic de proximitat i internacional. Els criteris específics de valoració s'han determinat pels següents paràmetres d'anàlisi tenint en compte la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge) i el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge).</p> <p>Pel que fa als elements clau, són: (i) assegurar que la campanya aplica coherència i integració als codis visuals i gràfics de totes les peces; (ii) la innovació i (iii) com s'adapta la campanya a les diferents localitzacions i activitats que es demana a cada una de les dites campanyes.</p> <p><b>Producció. Elements clau</b></p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>D'una banda, es valora el primer dels elements claus per garantir que la campanya aplica la coherència i integració dels codis visuals i gràfics en totes les peces que s'han de produir, ja que això és imprescindible per assolir els objectius de campanya i produir elements amb la qualitat que l'ACT requereix. En quant a la innovació, aquesta no es pot obviar ja que és un dels valors de la marca Catalunya i forma part de la transformació digital que estem aplicant actualment. Finalment, com s'adapta la campanya a les diferents localitzacions i activitats que hem de promocionar és imprescindible per promocionar la marca Catalunya en tota la seva extensió a les diverses campanyes.</p> <p><b>Dinamització i impuls de la campanya</b><br/>                 Que l'agència creativa proposi una col·laboració en el impuls inicial de la campanya a través de xarxes o amb una presentació original i impactant, aportarà a la campanya un plus de notorietat que servirà d'altaveu i dinamització orgànica molt valorada pel públic i que posicionarà la campanya a nivell mediàtic.</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Justificació l·lindar mínim i justificació del Valor de Ponderació (VP) (per a cadascun dels lots):**

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Justificació del l·lindar mínim</b>          | <p>Criteri B1: s'aplica l·lindar mínim del 80% per la seva naturalesa. Per sobre del 80% de puntuació es considera que la proposta serà excel·lent, i donat el caràcter creatiu i de notorietat que aporta a la marca Catalunya, ho fixem en el 80%.</p> <p>Pel què fa al criteri B2. Dinamització i impuls de la campanya, tant per la pròpia definició del criteri com perquè no hi ha prou rang de punts com per aplicar un l·lindar mínim de valoració, la puntuació a atorgar en aquest serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes.</p> |
| <b>Justificació el Valor de Ponderació (VP)</b> | <p>Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

**K. Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals:**

☒ Quan el preu està fixat com a tant alçat:

Els criteris objectius en funció dels quals es considerarà una oferta anormalment baixa, derivaran de la relació entre magnituds obtingudes de les variables següents i que es calcularan en relació als criteris d'adjudicació que no són preu:

1. La mitjana aritmètica de la puntuació global obtinguda per les empreses licitadores.
2. Desviació de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions.
3. Càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe positiu o negatiu.

Podrà trobar-se una oferta incursa en valor anormalment baix, quan la puntuació obtinguda estigui per damunt del valor que resulti de la suma de les variables (2b i c no poden estar per sobre de 12 ) 1 i 3, i que, al mateix temps, la seva oferta econòmica (preu) estigui també per sota de la mitjana de les ofertes econòmiques presentades per les empreses licitadores en un percentatge superior al:

15% %

☐ Quan el preu està fixat per una pluralitat de preus unitaris:

Els criteris objectius en funció dels quals es considerarà una oferta anormalment baixa, derivaran de la relació entre magnituds obtingudes de les variables següents i que es calcularan en relació als criteris d'adjudicació que no són preu:

1. La mitjana aritmètica de la puntuació global obtinguda per les empreses licitadores.
2. Desviació de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions.
3. Càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe positiu o negatiu.

Podrà trobar-se una oferta incursa en valor anormalment baix, quan la puntuació obtinguda estigui per damunt del valor que resulti de la suma de les variables 1 i 3, i que, al mateix temps, la seva oferta econòmica en ..... dels preus unitaris especificats estiguin per sota de la mitjana de les ofertes presentades per les empreses licitadores en un percentatge superior al:

*Especificar el percentatge* %

☐ Altres:

.....

#### **L. Garantia definitiva**

Sí.

- ☒ 5% preu final ofert per l'empresa que hagi presentat la millor oferta, IVA exclòs
- ☐ 5% pressupost base de licitació, IVA exclòs

#### **M. Terminí de garantia tècnica:**

☐ Sí.

☒ No.

Justificar els motius: No es fa necessari el requeriment de garantia atès que el material que es presenti s'anirà aprovant amb immediatesa.

#### **N. Modificació del contracte prevista:**

☒ No

☐ Sí (especificar per a cada una el següent):

Condicions per modificar el contracte: .....

Abast de la modificació: .....

Límits de la modificació: .....

Procediment: .....

#### **O. Condicions especials d'execució:**

☐ No s'escau atès que ja s'estableix algun criteri de solvència o algun criteri d'adjudicació de tipus mediambiental, social o relatiu a l'ocupació relacionat amb l'objecte del contracte.

- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries assumiran l'obligació d'aplicar a la plantilla que executi el contracte les condicions de treball establertes per l'últim conveni col·lectiu territorial vigent en què s'enquadri i desenvolupi la prestació contractual, sens perjudici de les millores que pugui establir.
- ☐ Durant l'execució del contracte l'empresa o empreses adjudicatàries establiran mesures que afavoreixin la conciliació de la vida laboral amb la vida familiar de les persones que intervenen en l'execució del contracte, que poden ser: adequació d'horaris a horaris escolars, teletreball, suport econòmic per a sufragar despeses d'escoles infantils o centres d'atenció a persones dependents, etc.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries organitzaran formació professional en el lloc de treball que millori l'ocupació i l'adaptabilitat de les persones adscrites a l'execució del contracte i les seves capacitats i qualificació.
- ☐ La plantilla de personal de l'empresa o empreses adjudicatàries que executarà el contracte no pot tenir un percentatge superior al .....% de treballadors i treballadores amb contracte de caràcter temporal.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries estan obligades a afavorir l'estabilitat d'ocupació, la igualtat d'oportunitats entre homes i dones i la integració social dels col·lectius més desfavorits,
- ☐ Durant l'execució del contracte, l'empresa o empreses adjudicatàries hauran d'acreditar, respecte de les noves contractacions, que almenys un .....% d'aquestes són indefinides.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries resten obligades a mantenir adscrita a l'execució del contracte la plantilla mínima de treballadors i treballadores descrita als plecs, sense que procedeixi suspendre o extingir els contractes de treball de dita plantilla, excepte les suspensions o extincions conseqüència de la voluntat de la persona treballadors o d'acomiadaments disciplinaris.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries, en el supòsits de noves contractacions que es produeixin en l'execució del contracte, resten obligades a contractar un 50 % de dones.
- ☐ En cas de subcontractació, l'empresa o empreses adjudicatàries han de subcontractar la prestació accessòria ..... amb:
- Centres especials de treball o empreses d'inserció sociolaboral, inscrits en els corresponents registres del departament competent en la matèria, i/o amb entitats sense ànim de lucre que treballin per la integració de persones amb risc d'exclusió social.
  - Persones en situació d'exclusió social o en greu risc d'arribar-hi, que estiguin desocupades i tinguin dificultats importants per a integrar-se en el mercat de treball ordinari i que estiguin incloses en algun dels col·lectius següents: .....
  - Empreses que tinguin contractades persones en situació d'exclusió social o en greu risc d'arribar-hi, persones que en el moment de contractar-les es trobessin en situació d'atur de llarga durada, que tinguin dificultats importants per a integrar-se en el mercat de treball ordinari i que estiguin incloses en algun dels col·lectius següents: .....
- ☐ El 50% de la totalitat dels productes següents ha de provenir del comerç just: cafè, te, infusions, cacau, sucre, arròs, mel, sucs, fruita fresca, espècies, vi, cotó, flors, fruits secs, productes tèxtils o d'altres.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries vetllaran perquè en l'execució del contracte tots els productes que s'utilitzin proveniguin d'empreses que compleixen amb les

- ☐ normes internacionals aprovades per l'Organització Internacional del Treball, les quals tenen per objecte promoure drets laborals, fomentar l'oportunitat de treball decent i millorar la protecció social.
- ☐ En cas de subcontractació, l'empresa o empreses adjudicatàries hauran de subcontractar la prestació accessòria ..... amb petites i mitjanes empreses.
- ☐ L'empresa o empreses adjudicatàries hauran d'acreditar el compromís amb el subcontractista de pagament en un termini, que no pot ser superior al termini efectiu de pagament per part de l'entitat pública contractant.
- ☐ El .....% dels productes agroalimentaris o un.....% dels productes alimentaris que formin part de la prestació seran frescos.
- ☐ Els mitjans de comunicació, el disseny dels elements instrumentals i la implantació dels tràmits procedimentals emprats per l'empresa o empreses adjudicatàries en l'execució del contracte hauran de realitzar-se tenint en compte els criteris d'accessibilitat universal i de disseny per a tothom.
- ☒ La condició especial d'execució seleccionada respon a la necessitat d'afavorir la conciliació de la vida laboral amb la vida familiar de les persones que intervenen en l'execució del contracte i és adequada a l'objecte d'aquest contracte, doncs l'impuls de les polítiques de conciliació laboral a les organitzacions no només contribueix a augmentar la satisfacció dels treballadors i treballadores, sinó que és un factor que contribueix de manera decisiva a la qualitat de la feina i a la imatge de l'empresa de cara a l'exterior. Entre els objectius de la conciliació familiar i laboral també hi ha la modificació dels rols i els estereotips de gènere, la igualtat d'oportunitats entre homes i dones o millorar els serveis d'atenció a persones dependents.

**P. Responsable del contracte:**

|                      |                            |
|----------------------|----------------------------|
| <b>Nom i cognoms</b> | Trinidad Rodríguez Morales |
| <b>Càrrec</b>        | Cap de publicitat          |
| <b>Unitat</b>        | Màrqueting Relacional      |

**Q. Membres que formaran part de la mesa de contractació com a vocals tècnics:**

- ☐ No es constitueix Mesa atès que el procediment utilitzat és del procediment obert simplificat abreujat d'acord amb l'article 159.6 de la LCSP

| TITULARS     |                                | SUPLENTS      |                                                                                                   |
|--------------|--------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nom i cognom | Càrrec                         | Nom i cognom  | Càrrec                                                                                            |
| Ester Bernal | Tècnica de Publicitat          | Laura Baulies | Tècnica de Publicitat                                                                             |
| Ana Bastida  | Brand manager Turisme Esportiu | Rosalía Pont  | Cap de Marques Turisme Actiu-Natura, Turisme Esportiu, Turisme Familiar, Turisme Rural i Pirineus |

|                |                                                    |                        |                                          |
|----------------|----------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------|
| Albert Bonjoch | Brand Manager<br>Catalunya<br>Convention<br>Bureau | Sònia<br>Serracarbassa | Directora Catalunya<br>Convention Bureau |
|----------------|----------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------|

**R. Comitè d'experts:**

- ☒ No s'escau atès que els criteris d'adjudicació avaluables automàticament (objectius) tenen una valoració no inferior al 50%
- ☐ Sí:

| Nom i cognoms de l'expert | Qualificació professional |
|---------------------------|---------------------------|
|                           |                           |

**S. Protecció de dades de caràcter personal:**

- ☒ No
- ☐ Sí

En virtut del que s'ha exposat,

PROPOSO

Que s'iniciï la contractació administrativa dels serveis descrits i en els termes anteriorment indicats.