



INFORME JUSTIFICATIU PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE PRE-PRODUCCIÓ, CREATIUS, PRODUCCIÓ I POST-PRODUCCIÓ DE PRODUCTES AUDIOVISUALS I FOTOGRAFIES PER A LES CAMPANYES I ACCIONS DE COMUNICACIÓ DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA

1.- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és els serveis de pre-producció, creatius, producció i post-producció de productes audiovisuals i fotografies per a les campanyes i accions de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.

La tipologia de servei que recull l'objecte del contracte requereix l'aplicació del Decret de l'Alcaldia de 24 d'abril de 2017 sobre la contractació pública sostenible. Addicionalment s'incorporen les següents mesures de tipus social:

- Valoració del preu màxim 35%
- Oferta anormalment baixa
- Pagament del preu a les empreses subcontractades
- L'acreditació de pagament en termini de pagament a les empreses subcontractades
- Manteniment de les condicions laborals durant la vigència del contracte
- Comunicació inclusiva

El CPV corresponent a aquest contracte és el 79341000-6 - Serveis de publicitat.

2.- JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT DE FER EL CONTRACTE

La Direcció de Comunicació té entre les seves funcions realitzar diverses accions de comunicació donant suport i cobertura informativa i comunicativa a les àrees, districtes, instituts, empreses municipals i iniciatives ciutadanes.

Es tracta de mantenir a la ciutadania informada de tot allò que sigui del seu interès, facilitant el contacte i fent-la part activa en la construcció de la ciutat.

Per assolir els objectius proposats i reforçar les diverses accions de comunicació o campanyes pels propers anys s'ha considerat oportú realitzar diversos espots i peces audiovisuals, i si és convenient, les adaptacions que calguin en funció dels suports on s'adreci la campanya o acció determinada.

Es fa constar la inexistència de recursos materials i humans per dur a terme aquest servei i, per tant, s'ha de recórrer a la contractació d'una empresa externa.

Atesa la naturalesa de l'objecte del contracte i les seves prescripcions tècniques no s'ha considerat oportú fer un desglossament per lots perquè les campanyes de comunicació tenen un calendari associat i per tal de garantir que aquest es compleix és necessari que tot el servei estigui gestionat per la mateixa empresa. Així mateix, és més eficient que els diferents



formats, exportacions i adaptacions de les peces audiovisuals que es requereixin segons els diferents canals de difusió (televisió, pantalles a la ciutat, establiments municipals, suports digitals i/o xarxes socials) es gestionin d'una única manera.

Seguint els principis de màxima transparència, no discriminació i igualtat en l'adjudicació del contracte, s'ha considerat oportú la tramitació d'un contracte per procediment obert subjecte a regulació harmonitzada, atès que l'elecció d'aquest procediment permet la màxima publicitat i concurrència i que la despesa a realitzar està dins dels límits de contractació amb aquesta modalitat.

3.- CÀLCUL DEL PRESSUPOST DE LICITACIÓ DEL CONTRACTE

D'acord amb la previsió de l'article 100 LCSP, el pressupost base de licitació és de 846.516,00 euros, IVA inclòs.

El pressupost del contracte es determina per preus unitaris. Els preus unitaris de sortida són els indicats a l'Annex RELACIÓ DE SERVEIS I PREUS PRODUCTES AUDIOVISUALS I FOTOGRAFIES i són preus màxims, és a dir, els preus oferts no poden ser superiors a aquests.

Per tal que les empreses puguin elaborar la seva oferta i **únicament a aquests efectes**, en base a la despesa d'anys anteriors, s'ha estimat el volum d'unitats per servei que es detalla a l'ANNEX CÀLCUL PRESSUPOST.

D'acord amb la previsió de la disposició addicional 33^a LCSP, la quantia del pressupost base es considera estimativa i té el caràcter de pressupost màxim i limitatiu d'aquest contracte condicionat a la quantitat de serveis que efectivament realitzi l'empresa contractista en funció dels serveis requerits, aplicant els corresponents preus unitaris.

L'Ajuntament no resta obligat a exhaurir el pressupost en atenció a què el preu final es determina en funció de les necessitats de l'Administració i aplicant els preus unitaris corresponents.

Aquest pressupost màxim s'ha d'entendre comprensiu de la totalitat de tots els costos derivats de l'execució de l'objecte del contracte i anirà amb càrrec al pressupost i la partida pressupostària següent:

Any	Econòmic	Programa	Codi orgànic	Import net	% IVA	Import IVA	Import total
2024	22610	92522	0300	174.900,00	21	36.729,00	211.629,00
2025	22610	92522	0300	349.800,00	21	73.458,00	423.258,00
2026	22610	92522	0300	174.900,00	21	36.729,00	211.629,00
TOTAL				699.600,00	21	146.916,00	846.516,00



El desglossament del pressupost net anual per tipus de cost, és com segueix:

Costos directes	Euros
Costos salarials	57.919,50
Costos seguretat social	18.476,32
Costos professionals independents	146.116,00
Producció	73.500,00
TOTAL COSTOS DIRECTES	296.011,82
Costos indirectes	
Despeses generals d'estructura	36.027,47
TOTAL COSTOS INDIRECTES	36.027,47
Benefici	17.760,71
TOTAL COSTOS (directes + indirectes):	349.800,00

El conveni col·lectiu que s'ha pres de referència per efectuar el càlcul del pressupost és el conveni estatal d'empreses de publicitat, publicat en el BOE de 10 de febrer de 2016, i les taules salarials publicades amb posterioritat. En canvi, els salaris de mercat d'aquest sector d'activitat són molt superiors als establerts en aquest conveni col·lectiu. Així doncs, els costos indicats estan calculats prenent com a base les condicions de mercat i el coneixement propi basat en l'experiència i a partir d'una plantilla de persones treballadores que es considera l'habitual per aquest tipus d'encàrrec:

Categoria professional	Salari anual estimat	Dedicació en hores / any	Costos salarials anuals
Productor/-a executiu/-va	43.920,00	637	15.372,00
Director/-a de producció	42.090,00	728	16.836,00
Realitzador/-a	38.430,00	455	9.607,50
Muntador	29.280,00	1001	16.104,00
TOTAL		2821	57.919,50

A continuació detallem els costos estimats per Professionals independents:

Professionals independents	Dedicació en hores / any	Facturació €
Producer	1456	30.800,00
Ajudant de producció	1001	14.575,00
Ajudant de realització	237	3.445,00
Director/-a de fotografia	364	7.700,00
Operador/-a de càmera	127	2.362,50
Elèctric/-a	127	2.030,00
Director/-a d'art	291	6.160,00
Assistent d'art	291	4.240,00
Estilista	273	4.702,50



Ajudant d'estilista	273	3.975,00
Maquillador/-a	127	2.030,00
Sonidista	127	2.191,00
Grafista	637	10.150,00
Fotògraf	455	12.675,00
Especialista en retoc de foto	182	2.900,00
Animador/-a gràfica	364	6.750,00
Director/-a de càsting	364	7.700,00
Actor/actriu principal	91	6.500,00
Actor secundari o actriu secundària	146	6.800,00
Figurant	200	4.180,00
Locutor/-a	91	4.250,00
TOTAL	7225	146.116,00

Pel que fa als costos de producció, aquest és el detall de l'estimació feta:

Producció	Cost anual
Lloguers equips tècnics	26.300,00
Lloguers plató i espais filmació	34.000,00
Lloguers atrezzo i vestuari	9.500,00
Transports	3.700,00
TOTAL	73.500,00

Atès que el present contracte comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.

4.- VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)

El valor estimat del contracte desglossat per tal de determinar el procediment, la competència de l'òrgan i la publicitat corresponents, és el següent:

Any	VE prestació	VE eventuais pròrrogues	VE modificacions previstes(*)	VE altres conceptes(*) (**)	SUMA
2024	174.900,00	-	34.980,00	17.490,00	227.370,00
2025	349.800,00	-	69.960,00	34.980,00	454.740,00
2026	174.900,00	174.900,00	34.980,00	17.490,00	402.270,00
2027	-	349.800,00	-	-	349.800,00
2028	-	174.900,00	-	-	174.900,00
TOTAL	699.600,00	699.600,00	139.920,00	69.960,00	1.609.080,00



()La distribució establerta en aquests apartats no és limitativa. Els imports parcials poden distribuir-se segons les necessitats concretes, i es poden utilitzar durant tota la vigència (inicial i prorrogada) del contracte.*

*(**)La variació que durant la correcta execució de la prestació es produeixi en el nombre d'unitats realment executades sobre les previstes en el contracte, sempre que no superin un increment de la despesa superior al 10 per cent del pressupost màxim, no tindrà la consideració de modificació del contracte.*

5.- DURADA DEL CONTRACTE

El contracte s'iniciarà el dia següent de la seva formalització o el dia que s'indiqui en la mateixa. Tindrà una durada de 24 mesos o fins que s'esgoti el pressupost, si aquesta circumstància es donés abans de la finalització dels 24 mesos. Es podrà prorrogar per un màxim de 24 mesos fins arribar a un màxim de 48 mesos de durada total

Atenent la previsió de l'article 29.2 LCSP, la pròrroga serà obligatòria per a l'empresa si l'avís de pròrroga es comunica com a mínim amb dos mesos d'anticipació a la data de finalització del contracte o de la pròrroga corresponent.

6.- REQUISITS DE CAPACITAT, SOLVÈNCIA TÈCNICA I ECONÒMICA

Estan capacitades per contractar amb aquest Ajuntament les persones físiques o jurídiques, amb condició d'empresari, espanyoles o estrangeres, que tinguin plena capacitat d'obrar i que no estiguin incorregudes en cap dels supòsits d'incapacitat o prohibicions de contractar que determina la legislació vigent. L'activitat de les empreses ha de tenir relació directa amb l'objecte del contracte, segons consti en els seus respectius estatuts o regles fundacionals. Aquestes empreses han de disposar d'una organització amb elements suficients per executar degudament el contracte. Així mateix, els empresaris han de tenir l'habilitació empresarial o professional que, si escau, sigui exigible per desenvolupar l'activitat o la prestació que constitueixi l'objecte del contracte.

La solvència econòmica i financera i professional requerida és la que, atès l'objecte, l'abast i l'import del contracte, es considera necessària per a la prestació del servei amb la qualitat desitjada, i per poder fer front a les obligacions que el licitador pugui adquirir durant la prestació del servei.

Requisits de solvència econòmica i financera:

- D'acord amb la previsió de l'article 87.1.a) de la LCSP, el volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions o en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresa ha de tenir un valor igual o superior a 600.000,00 euros. En el cas de què la data de constitució de l'empresa



o d'inici d'activitat sigui inferior a un any comptat des de la data final de presentació de proposicions, el requeriment s'entendrà proporcional al període.

Requisits de solvència professional:

- D'acord amb l'article 90.1.a) de la LCSP, l'import anual, sense incloure els impostos, que l'empresa licitadora ha de declarar com a executat durant l'any de superior execució en el decurs dels últims tres anys en serveis o treballs de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte d'aquest contracte ha de ser com a mínim de 420.000,00 euros.
- D'acord amb l'article 90.1.b) LCSP, el personal tècnic, integrat o no en l'empresa, participant en el contracte ha de ser, com a mínim, el següent:
 - 1 productor executiu amb una experiència professional mínima de 2 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació audiovisual.
 - 1 director o cap de producció amb una experiència professional mínima de 2 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació audiovisual.
 - 1 realitzador amb una experiència professional mínima de 2 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació audiovisual.
 - 1 muntador amb una experiència professional mínima de 2 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació audiovisual.

7.- TERMINI PER A LA PRESENTACIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ I LES PROPOSICIONS

Tenint en compte l'anunci d'informació prèvia que consta a l'expedient, el termini per a la presentació de la documentació exigida serà de mínim 15 dies naturals a comptar des de la data de la remesa de l'anunci al DOUE.

La data límit per sol·licitar documentació completaria, informació addicional sobre els plecs i aclariments a l'establert en els mateixos serà com a màxim fins a dos dies hàbils abans de la finalització del termini fixat per a la presentació d'ofertes.

8.- CRITERIS DE VALORACIÓ DE LES OFERTES

Els criteris que s'aplicaran en aquest procediment, sobre un total de 200 punts, seran els següents:

- 1. Criteris subjectes a judici de valor, 110 punts**
- 2. Criteris automàtics, 90 punts**
 - 2.1. Oferta econòmica, 70 punts



2.2. Oferta tècnica, 20 punts

Seguint la Instrucció de l'Ajuntament de Barcelona de 15 de març de 2018 per a l'aplicació de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, l'oferta econòmica s'ha establert en un 35 per cent de la puntuació total amb l'objectiu d'evitar que el pes d'aquest criteri vagi en detriment de les condicions salarials del personal ocupat en aquest contracte.

Es considera imprescindible donar als criteris de judici de valor una ponderació superior al 40% de la puntuació total, segons indica la Instrucció municipal d'aplicació de la LCSP publicada en la Gasetta municipal de 16 de març de 2018.

Els criteris subjectes a judici de valor estan enfocats a valorar la part del servei que correspon al desenvolupament de la idea creativa i la proposta d'execució de la producció i que inclouen la ideació i relat del guió tècnic i l'storyboard, els càstings, la recerca de localitzacions, etc. En aquest sentit, és necessària l'aplicació de judicis de valor que garanteixin la tria de la idea que millor s'adapti a l'encàrrec garantint d'aquesta manera la qualitat del servei, més enllà del preu i les millores tècniques, ja que per dur a terme aquestes prestacions es necessiten habilitats intel·lectuals que no es poden mesurar quantitativament.

1. Criteris subjectes a judici de valor, fins a 110 punts

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor es farà en base a l'execució d'un exercici de plantejament d'una peça audiovisual, ja que es considera que aquesta és la millor manera d'obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.

L'exercici s'ha de fer a partir de les següents premisses:

- El pressupost hipotètic màxim és de 60.000 euros, IVA inclòs.
- La durada de la peça audiovisual és de 30 segons.
- La locució (veu en off) que acompanyaria la peça audiovisual seria la següent:
*“A la nit, de vegades, s'agraeix una mica de silenci, de tranquil·litat, oi?
Conviure és fàcil, només cal pensar una mica en els altres.
A la millor ciutat, tothom respecta qui té al costat.
Ajuntament de Barcelona*

Donades aquestes premisses, les empreses realitzaran l'exercici de plantejament de la peça audiovisual. Aquest exercici haurà de contenir els següents documents:

- Guió tècnic i storyboard. Descripció dels plànols que expliquen la història: mida, enquadrament, durada, angle. Format pdf. El guió tècnic i l'storyboard es presentaran en format PDF.
- Proposta de càsting. Format pdf.
- Proposta de localitzacions. Format pdf.
- Proposta de tractament estètic (moodboard). Referències audiovisuals de realització, fotografia, vestuari, direcció artística, muntatge, sonorització, etc. El moodboard constarà de 2 parts:



- Per a les referències expressables en format imprès, un document en format pdf.
- Per a les referències que només siguin expressables en format audiovisual, un arxiu de vídeo en format (.mp4 o .mov), amb una durada màxima de 3 minuts.

La ponderació dels **110 punts** es farà de la següent forma:

1.1 Idea creativa, fins a 55 punts

S'entén per idea creativa el concepte intel·lectualitzat fruit del procés de brífing i sotmès a direcció creativa.

La valoració de la idea creativa es farà en base a les propostes del guió tècnic i de l'storyboard.

Justificació: La idea creativa és clau perquè la campanya de comunicació arribi al públic objectiu. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat, la narrativa visual i el to comunicatiu per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic objectiu, creant l'impacte desitjat i transmetent el missatge de l'Ajuntament. Així mateix, la innovació en la idea creativa és un factor de gran importància en les campanyes de publicitat, ja que la creació de nous recursos gràfics aporta singularitat i notorietat a la idea creativa, fa de la creativitat associada a la campanya un tot distingible i original i atorga, a la llarga, una major repercussió mediàtica de la campanya.

La valoració de la idea creativa se centrarà en els següents elements:

- Adequació de la narrativa visual al missatge a transmetre (locució): es valora que la plasmació del guió tècnic i l'storyboard en llenguatge audiovisual sigui entenedora i atractiva per a l'òptima transmissió del missatge expressat per la locució.
- Innovació de la proposta: Es valora l'originalitat justificada de la proposta audiovisual, és a dir, l'ús de recursos i resolucions visuals noves (no imitades o copiades d'altri), però no de manera aleatòria, sinó de forma pertinent en quant a l'emissor i el receptor del missatge.
- To comunicatiu: es valora que el guió tècnic i l'storyboard, els personatges i el llenguatge audiovisual emprat, expressin un to proper i empàtic que creï complicitat i acceptació, i un to creatiu que destaquï i impacti de forma que no passi desapercebut.

Els 55 punts es distribueixen de la següent forma:

- Excel·lent, si els tres elements, adequació de la narrativa visual al missatge a transmetre, innovació de la proposta, to comunicatiu, són adequats en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 55 punts
- Correcte, si un dels tres elements, adequació de la narrativa visual al missatge a transmetre, innovació de la proposta, to comunicatiu, no és adequat en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 28 punts
- Insuficient, si dos dels tres elements, adequació de la narrativa visual al missatge a



transmetre, innovació de la proposta, to comunicatiu, no són adequats en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 0 punts

La valoració d'aquests elements es realitza de manera conjunta perquè són pilars imprescindibles i inseparables de la idea creativa d'una peça audiovisual. Es tracta d'un conjunt d'elements que l'Ajuntament de Barcelona busca en totes les seves peces audiovisuals publicitàries. Si un d'aquests elements no és adequat, la idea creativa no funciona ni serà capaç d'assolir els objectius de campanya.

1.2 Proposta d'execució de la producció, fins a 55 punts

Un cop definida la narrativa visual que es vol emprar a la peça audiovisual, cal concretar com s'executarà la proposta, especificant quin serà el tractament estètic que s'aplicarà a la producció, així com els personatges i espais concrets que apareixeran a la peça.

La valoració de la proposta d'execució es farà en base a les propostes de càsting, localitzacions i moodboard.

Justificació: En l'execució de la producció de la peça audiovisual, l'adequació de la proposta de càsting al guió de l'espot és important per garantir que la història arribi de forma creïble als espectadors. D'igual manera, l'espai proposat per mitjà de les localitzacions és part del missatge i per tant ha de reflectir i estar en sintonia amb allò que vol transmetre la locució proposada. Tanmateix, els protagonistes del vídeo han d'estar en harmonia i sintonia amb l'espai on es fa el rodatge (localització). El tractament estètic de les peces audiovisuals és clau per impactar en una audiència que rep multitud d'estímul diaris. Així, el tractament estètic de les peces audiovisuals pot determinar que el missatge arribi al públic objectiu i que la producció respongui a l'estil i als objectius de comunicació.

La valoració de l'execució de la producció se centrarà en els següents elements:

- Càsting: es valorarà la capacitat de les imatges proposades, els personatges emprats i la seva actuació de transmetre els valors de l'Ajuntament descrits al PPT (ciutat oberta i plural, equitativa i inclusiva, dels drets i les oportunitats a tots els barris, en constant diàleg i implicació amb la ciutadania, accessible i transparent).
- Localitzacions: es valorarà l'adequació del conjunt de localitzacions proposades per transmetre el missatge expressat per la locució.
- Tractament estètic (moodboard): es valorarà l'adequació de cadascuna de les referències del *moodboard* al guió tècnic i l'*storyboard*, i la seva pertinència en relació al missatge a transmetre i públic objectiu.

Els 55 punts es distribueixen de la següent forma:

- Excel·lent, si els tres elements, càsting, localitzacions, tractament estètic, són adequats en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 55 punts
- Correcte, si un dels tres elements, càsting, localitzacions, tractament estètic, no és adequat en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 28 punts



- Insuficient, si dos dels tres elements, càsting, localitzacions, tractament estètic, no són adequats en els termes indicats en els paràgrafs anteriors, 0 punts

La valoració d'aquests elements es realitza de manera conjunta perquè són pilars imprescindibles i inseparables de l'execució de la producció de qualsevol peça audiovisual. Es tracta d'un conjunt d'elements que l'Ajuntament de Barcelona busca en la producció de totes les seves peces audiovisuals publicitàries.

PUNTUACIÓ MÍNIMA REQUERIDA

Un cop feta la valoració dels criteris subjectes a judici de valor, les empreses licitadores hauran d'haver acumulat una puntuació mínima de 56 punts, és a dir, que com a mínim obtinguin una valoració de "Correcte" en tots dos criteris de valoració. Les empreses que no assoleixin aquesta puntuació mínima quedaran excloses del procediment.

Es considera que una valoració "insuficient" en algun dels criteris subjectes a judici de valor equival a que la proposta creativa presentada no sigui adequada ni suficient. Per tant, l'empresa no haurà demostrat les seves capacitats creatives o executives, de manera que no es pot assegurar que sigui capaç de portar a terme el servei objecte d'aquest contracte amb garantia i qualitat creativa suficients.

2. Criteris automàtics, fins a 90 punts

2.1 Oferta econòmica, fins a 70 punts

La ponderació d'aquests punts es farà de la següent forma:

Serveis de pre-producció, producció i post-producció de productes audiovisuals i fotografies per a les campanyes i accions de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona	PUNTUACIÓ
BLOC PRE-PRODUCCIÓ	10
SUBBLOC Serveis de direcció	5
Serveis de direcció	5
SUBBLOC Serveis de realització	5
Serveis de realització	5
BLOC PRODUCCIÓ	22
SUBBLOC Serveis de producció de rodatge per a spot o peça audiovisual	22
Primer dia de rodatge	15
Dia addicional de rodatge	7
BLOC POST-PRODUCCIÓ I EDICIÓ	22
SUBBLOC Serveis de post-producció i edició d'espot o peça audiovisual	20
Post-producció i edició d'espot o peça audiovisual de fins a 30 segons de durada i les seves adaptacions	7
Post-producció i edició d'espot o peça audiovisual d'entre 31 segons i 2 minuts de durada i les seves adaptacions	7



Post-producció i edició d'espot o peça audiovisual de més de 2 minuts i fins a 30 minuts de durada i les seves adaptacions	3
Post-producció i edició d'espot o peça audiovisual de més de 30 minuts i fins a 90 minuts de durada i les seves adaptacions	3
SUBBLOC Serveis d'animació gràfica	2
Mitja jornada (4h de treball)	1
Jornada completa (8h de treball)	1
BLOC FOTOGRAFIES	16
SUBBLOC Servei de fotògraf i producció de fotografies per a campanyes de comunicació per a les quals no es realitza rodatge	7
Producció i lliurament d'1 a 4 fotografies	3
Producció i lliurament de 5 a 8 fotografies	2
Producció i lliurament de 9 a 12 fotografies	2
SUBBLOC Servei de fotògraf i producció de fotografies per a campanyes de comunicació per a les quals es realitza rodatge d'una peça audiovisual	7
Producció i lliurament d'1 a 4 fotografies	3
Producció i lliurament de 5 a 8 fotografies	2
Producció i lliurament de 9 a 12 fotografies	2
SUBBLOC Servei de fotògraf i producció de fotografies de recurs per a altres projectes de comunicació (diferents de les campanyes) o per a reportatge	2
Mitja jornada (4h de treball)	1
Jornada completa (8h de treball)	1
PUNTUACIÓ TOTAL	70

Els serveis inclosos en el bloc de Talent no estaran sotmesos a baixa, sent els preus unitaris per aquests perfils els indicats a l'Annex RELACIÓ DE SERVEIS I PREUS PRODUCTES AUDIOVISUALS i FOTOGRAFIES junt amb els preus unitaris de sortida dels serveis de pre-producció, producció i post-producció i edició i fotografies.

Els serveis del bloc de Talent, consistents en els serveis d'interpretació (actors, figurants i locutors), són necessaris per a la producció de la majoria de les peces audiovisuals. Les productores audiovisuals no disposen d'intèrprets en plantilla, sinó que es contracten per a cadascuna de les peces audiovisuals, habitualment a través d'agències de càsting. Els col·lectius d'intèrprets marquen les seves pròpies tarifes a partir del seu caixet. Els preus reflectits en aquest contracte són una mitjana de les tarifes del sector, en funció de l'abast impacte que es preveu que tinguin les peces audiovisuals produïdes per l'Ajuntament de Barcelona per mitjà d'aquest contracte. Així, tot i ser un bloc de serveis que ha de quedar inclòs en aquests contracte, com que aquestes tarifes són fixades per un tercer (els col·lectius d'intèrprets), no s'ha considerat adequat sotmetre aquestes tarifes a la rebaixa de preus que han d'ofertar les empreses licitadores.

Tal i com es constata a l'annex CÀLCUL PRESSUPOST, el bloc Talent suma 19.800,00 euros (IVA exclòs) el que suposa un 5,66% del total de l'estimació del pressupost. S'ha calculat



aquesta estimació en base a l'import de la despesa d'anys anteriors, que implica un percentatge poc significatiu en el pressupost global del contracte.

S'atorgarà la màxima puntuació al licitador que formuli el preu més baix que sigui admissible, és a dir, que no sigui anormalment baix i que no superi el pressupost net de cada preu unitari i a la resta d'empreses licitadores la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula establerta per Instrucció de la Gerència Municipal i aprovada per Decret d'Alcaldia de 22 de juny de 2017 publicat en la Gasetta Municipal del dia 29 de juny i modificada per Decret d'Alcaldia de 22 de febrer de 2018 publicat en la Gasetta Municipal del dia 5 de març:

$\text{Puntuació resultant} = \text{Punts màxims}^* \times \frac{\text{Pressupost net de licitació}^{**} - \text{oferta}}{\text{Pressupost net de licitació}^{**} - \text{oferta més econòmica}}$

**Els que s'indiquen a la taula anterior*

***S'entén per pressupost net de licitació el preu unitari màxim (IVA exclòs) de cada servei i, per oferta, el preu unitari ofertat pel licitador.*

Cadascun dels blocs indicats en el quadre anterior té una puntuació determinada sobre el total de 70 punts. A la vegada, els blocs inclouen diferents subblocs, cadascun d'ells amb preus unitaris diferents i amb un pes específic concret sobre el total de la puntuació.

La puntuació de cada subbloc s'obtindrà aplicant la fórmula a cada servei i ponderant el resultat en funció del pes corresponent. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cada subbloc, es farà un sumatori de tots ells i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa per l'oferta econòmica.

En el cas de que una empresa ofereixi un o més preus unitaris per sobre dels preus unitaris màxims de sortida, aquesta quedarà exclosa del procediment. De la mateixa manera, si una empresa no completa un o més preus del model d'oferta, quedarà exclosa del procediment.

Per la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats, es defineix un límit d'un diferencial del 10 per cent per sota de la mitjana de les ofertes fetes per les empreses per cadascun dels subblocs o, en el cas d'un únic licitador, del 20 per cent respecte cadascun dels subblocs.

Únicament a efectes d'obtenir els valors anormals o desproporcionats, es calcularà una oferta per subbloc. Per fer-ho, es sumaran els preus dels serveis inclosos en cadascun ponderats en base a la puntuació indicada a la taula detallada anteriorment i l'import resultant de la suma constituirà l'oferta efectuada per l'empresa pel subbloc. Seran aquestes ofertes les que serviran per calcular la mitjana i establir els valors anormals o desproporcionats.

Si el nombre de licitadors és superior a 10, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es prescindirà de l'oferta més baixa i de l'oferta més alta si hi ha un diferencial superior al 5 per cent respecte de l'oferta immediatament consecutiva.



2.2 Oferta tècnica, fins a 20 punts

Els 20 punts es distribueixen de la següent manera:

2.2.1 Pel compromís de poder escollir entre diferents realitzadors per a cada producció, 4 punts

Justificació: la proposta de més d'un realitzador millorarà el resultat final en tant que tindrem més opcions per poder escollir i veure diferents plantejaments i per tant millorar la qualitat de l'encàrrec.

2.2.2 Pel compromís de poder escollir entre diferents fotògrafs per a cada producció, 4 punts

Justificació: la proposta de més d'un fotògraf/-a proporcionarà diverses opcions estilístiques i permetrà ajustar al màxim l'estètica de les peces audiovisuals als objectius de comunicació de l'encàrrec.

2.2.3 Pel compromís de disposar de noves adaptacions del material audiovisual a xarxes socials per mitjà de l'optimització de formats per a les diferents plataformes, com per exemple: extracció de GIFs i/o fotogrames, subtitulació específica per a xarxes socials, muntatges alternatius per a cortinetes, stories (vídeos verticals visibles durant 24h, format específic de la plataforma Instagram), bumpers (anuncis de 6 segons, format específic de la plataforma Youtube) o similars, 4 punts

Justificació: les diferents xarxes socials innoven contínuament en la presentació dels continguts i en els formats audiovisuals. L'Ajuntament de Barcelona ha de poder presentar els seus continguts a les xarxes tenint en compte les innovacions que puguin sorgir. Per tant, l'empresa licitadora ha d'estar al corrent d'aquestes noves tendències i ha de ser capaç d'adaptar-hi la realització de les peces audiovisuals.

2.2.4 Pel compromís de lliurar els càstings proposats actualitzats amb una antiguitat màxima d'un mes, en format fotogràfic i en format vídeo (càsting rodat), 4 punts

Justificació: disposar dels càstings actualitzats assegura que l'aspecte dels protagonistes escollits per a la producció audiovisual serà fidel al càsting que s'examina per a cada peça. A més, un càsting rodat permet observar a les persones en moviment, oferint una imatge més global i completa de les persones que protagonitzaran la peça. Això permet ajustar al màxim els perfils que es vol per a les produccions i generar un estil coherent amb els objectius de comunicació.

2.2.5. Pel compromís de produir i lliurar un making of de les peces audiovisuals amb una durada igual o superior a 30 segons, 4 punts

Justificació: disposar d'un making of de les peces produïdes pot ser útil per donar més



impacte a la campanya difonent-lo com a material complementari de comunicació, però també és un material interessant per documentar la feina realitzada.

Si es produeix un empat en la puntuació total entre diverses empreses licitadores s'aplicarà el criteri de desempat següent tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes i havent d'aportar els licitadors les corresponents declaracions o documents acreditatius del seu compliment en el moment en què es produeixi l'empat, de conformitat amb allò establert a l'article 147.1 in fine:

- Les empreses licitadores amb menor percentatge de contractes temporals a la plantilla de cadascuna de les empreses.
- En cas que l'aplicació d'aquest criteri no doni lloc a desempat es dirimirà mitjançant sorteig.

9.- MESA DE CONTRACTACIÓ I COMITÈ D'EXPERTS

Els membres del comitè d'experts seran els següents:

- Ester López Rodríguez, Cap de Comunicació d'Urbanisme, Transició Ecològica, Serveis Urbans i Habitatge
- M Elena Navarro Delgado, Directora d'Organització, màrqueting i sistemes de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona
- Montserrat González Martí, Cap de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona
- Cristina Caballero Guzmán, tècnica jurídica de la Gerència d'Àrea de Recursos i Transformació Digital

Per part de la Direcció de Comunicació, els membres de la Mesa són:

Titular : Anna Giral i Brunet Substitut: M Carmen Muzas Cuberes	Directora Executiva de Comunicació Cap de secció de la Direcció Executiva de Comunicació
Titular: Assumpta Bisbal i Adorna Substitut: Esther Majadas Morales	Directora de Serveis Publicitaris Tècnica de Gestió de la Direcció de Serveis Publicitaris

10.- GARANTIA PROVISIONAL I/O DEFINITIVA

S'estableix una garantia definitiva equivalent al 5 per cent del pressupost net de licitació.

11.- EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

El contracte s'iniciarà l'endemà de la seva formalització o bé en la data que s'indiqui en la mateixa i es durà a terme a les dependències de l'empresa adjudicatària.



Les reunions es duran a terme, preferentment, a les dependències de l'Ajuntament.

12.- ABONAMENTS AL CONTRACTISTA

Els abonaments es faran mensualment d'acord amb les prestacions executades, prèviament conformades pel tècnic validador corresponent.

Caldrà acompanyar les factures d'un annex amb la relació dels serveis realitzats en el mes facturat.

L'empresa contractista ha d'incloure, en les factures que presenti, les següents dades especificades en la capçalera del plec:

- Departament econòmic: Direcció de Serveis de Gestió Econòmica (Gerència de Recursos i Transformació Digital)
- Departament destinatari: Direcció de Serveis Publicitaris (Gerència de Recursos i Transformació Digital)
- Codi DIR3: LA0015781

13.- REVISIÓ DE PREUS

En aquest contracte no aplica la revisió de preus.

14.- RESPONSABLE DEL CONTRACTE

La persona designada com a responsable d'aquest contracte és la Directora de Serveis Publicitaris, Assumpta Bisbal i Adorna.

Les consultes sobre els Plecs s'han de dirigir a l'adreça de correu electrònic (contractacio_recursos@bcn.cat).

15.- CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ I OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

Tal i com s'indica a la clàusula 1 d'aquest informe, la tipologia de servei que recull l'objecte del contracte requereix de l'aplicació del Decret de l'Alcaldia de 24 d'abril de 2017 sobre la contractació pública sostenible. Així doncs, pel que fa a les condicions especials d'execució de caràcter social, s'estableixen a continuació les que s'han considerat més adequades atès l'objecte del contracte:

- Pagament del preu a les empreses subcontractades
- L'acreditació de pagament en termini de pagament a les empreses subcontractades
- Manteniment de les condicions laborals durant la vigència del contracte
- Comunicació inclusiva



A més de les obligacions establertes en la LCSP, la contractista està obligada a:

- Aplicar el logotip de l'Ajuntament de Barcelona en totes aquelles peces, exportacions i adaptacions que requereixi la Direcció de Comunicació, segons les especificacions del Manual 5 de Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica/>).
- Ser la responsable de la correcció ortogràfica i gramatical dels textos i sonoritzacions que incloguin els vídeos i subtítols. Els textos hauran de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua. Respecte al castellà, ha de ser una persona llicenciada en Filologia Hispànica o en traducció en aquesta llengua. Pel que fa a l'anglès, s'ha de treballar amb l'anglès britànic, i se n'ha d'ocupar una persona nativa llicenciada en filologia o traducció en aquesta llengua. Les titulacions s'han d'acreditar davant l'Ajuntament de Barcelona quan aquest les sol·liciti.

Obligacions de l'empresa contractista en matèria de cessió de drets d'autor:

- L'empresa contractista (Autor) cedeix a l'Ajuntament de Barcelona, durant 3 anys, de forma no exclusiva, amb caràcter gratuït i per a l'àmbit territorial mundial, els drets d'explotació que es derivin de l'autoria de l'objecte d'aquest contracte (l'Obra). En particular, l'Autor cedeix els drets de reproducció, distribució, comunicació pública, transformació i adaptació de l'Obra, en qualsevol mitjà o suport, excepte televisió i cinema en els quals la cessió s'efectuarà únicament per a l'àmbit territorial espanyol, així com de les seves còpies i suports per a ús intern i difusió pública a la pàgina web municipal i altres suports digitals (instagram, twitter, facebook, etc.).

La cessió dels drets de reproducció de l'Obra comprèn la reproducció, total o parcial, en un suport digital per a la seva incorporació en una base de dades electrònica, incloent el dret a emmagatzemar-la en centres servidors, així com el dret a realitzar qualsevol altra reproducció temporal necessària per a permetre els usuaris la visualització, reproducció o gravació en un disc dur, sense perjudici d'allò establert en el punt següent de la present clàusula.

La cessió dels drets de comunicació pública de l'Obra inclou la posada a disposició, total o parcial, de l'Obra en format digital, així com la difusió a través de qualsevol canal de comunicació analògic o digital.

La cessió dels drets de transformació inclou la transformació o adaptació de l'Obra, ja sigui directament o través de tercers, quan es consideri necessari per tal d'adequar-la al format, imatge o aparença d'internet o qualsevol altra tecnologia susceptible d'adscripció a internet, així com a incorporar qualsevol altre sistema de seguretat en el format electrònic de l'Obra.



La cessió de drets d'explotació objecte del present acord comprèn, així mateix, la facultat de l'Ajuntament de Barcelona per enviar metadades de l'Obra als cercadors, xarxes d'investigació o repositoris que l'Ajuntament de Barcelona tingui per convenient.

- L'Autor autoritza expressament a què la publicació de l'Obra en el repositori institucional de l'Ajuntament de Barcelona ho serà sota la llicència d'ús en la modalitat de Creative Commons, de manera que l'Obra pugui ésser reutilitzada d'acord amb la referida llicència d'ús i sempre que es respecti la cita de l'autoria.
- L'Autor declara que és el titular dels drets de propietat intel·lectual en relació amb l'Obra objecte del present contracte, que l'Obra és original i que, en el cas d'haver cedit prèviament els drets sobre l'Obra a tercers, ostenta l'oportuna reserva als efectes de la cessió objecte del present contracte. En aquest sentit, l'Autor respon davant l'Ajuntament de l'autoria i originalitat de l'Obra i de l'exercici pacífic dels drets d'explotació cedits en virtut d'aquest contracte, garantint que sobre els mateixos no existeixen compromisos o gravàmens de cap tipus que puguin atemptar contra els drets que es cedeixen a l'Ajuntament de Barcelona en virtut d'aquest acord. L'Ajuntament podrà repetir contra l'Autor qualsevol responsabilitat que li pugui ésser exigida en virtut d'accions, reclamacions, multes o conflictes instats per tercers en relació amb els drets d'explotació objecte del present contracte.
- L'Autor és l'únic responsable de l'obtenció dels drets relatius a les imatges, il·lustracions, fotografies i drets d'imatge de persones (actors, actrius, models, figurants, locutors, etc.) que puguin aparèixer en l'Obra. La cessió d'aquests drets es farà en els mateixos termes que els indicats en els punts anteriors d'aquest apartat excepte en el cas dels drets d'imatge de persones que es cediran per 1 any. En tot cas, s'estableix la total indemnitat de l'Ajuntament de Barcelona respecte de les eventuais reclamacions formulades de tercers en relació als referits drets.

16.- MODIFICACIÓ DEL CONTRACTE

D'acord amb les previsions dels articles 203 i següents LCSP, perfeccionat el contracte, l'òrgan de contractació el podrà modificar per les causes que seguidament s'indiquen. En cap cas l'import total de les modificacions pot incrementar més del 20 % del preu inicial del contracte ni incorporar nous preus contradictoris, tot d'acord amb les previsions de l'article 204 LCSP. La modificació requerirà informe previ de la persona responsable del contracte.

Causes previstes de modificació:

- En cas de que les necessitats reals del servei a realitzar siguin superiors o inferiors a les estimades inicialment.

La Direcció de Serveis Publicitaris ha de donar resposta a les necessitats de realitzar accions de comunicació diverses per donar suport i cobertura informativa i comunicativa a les diferents àrees, districtes, instituts i ens municipals. Es per aquest motiu que poden sorgir més o menys



encàrrecs en funció de les campanyes de comunicació que es realitzin durant l'execució del contracte.

Tal com estableix la disposició addicional 33^a de la LCSP, la quantia del pressupost base es considera estimativa i té el caràcter de pressupost màxim i limitatiu d'aquest contracte condicionat a la quantitat de serveis que efectivament realitzi l'empresa contractista en funció dels serveis requerits, aplicant els corresponents preus unitaris.

Així mateix, aquest contracte podrà ser modificat per les causes legalment establertes a l'article 205.2 i 206 de la LCSP.

17.- RECEPCIÓ I TERMINI DE GARANTIA

La recepció i el termini de garantia és de 30 dies i 1 mes, respectivament.

18.- SUBCONTRACTACIÓ

L'adjudicatari pot subcontractar amb tercers la realització parcial de la prestació amb compliment dels requisits i obligacions legalment establerts.

19.- CESSIÓ

Els drets i obligacions del contractista, derivats del contracte, poden ser cedits a un tercer sempre que les qualitats tècniques o personals del cedent no hagin estat raó determinant de l'adjudicació del contracte, amb autorització expressa de l'Ajuntament i amb el compliment dels requisits legalment establerts.

20.- DEMORA EN LES PRESTACIONS

No s'escauen penalitzacions diferents a la proporció diària de 0,60 euros per cada 1.000 del preu del contracte.

21.- RESPONSABILITAT EN L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

No s'estableixen responsabilitats i sancions diferents de les establertes en el Plec de clàusules administratives particulars (PCAP).

22.- RESOLUCIÓ DEL CONTRACTE

No s'estableixen altres causes de resolució a part de les indicades en el Plec de clàusules administratives particulars.



**Ajuntament
de Barcelona**

Gerència d'Àrea de Recursos i Transformació Digital

Direcció de Serveis Publicitaris

Paradís, 14, 3a planta

08002 Barcelona

Per tot això,

ES SOL-LICITA que s'iniciïn els tràmits oportuns per tal d'iniciar la contractació que té per objecte els serveis de pre-producció, creatius, producció i post-producció de productes audiovisuals i fotografies per a les campanyes i accions de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, segons les especificacions tècniques que es detallen en el plec de prescripcions tècniques i aquest informe mitjançant procediment obert subjecte a regulació harmonitzada, per un import màxim de 846.516,00 euros, IVA del 21% inclòs.