

DOCUMENT Document Genèric: Informe tècnic Valoració criteris judici de valor lot 1	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: ██████████ Pàgina 1 de 8	SIGNATURES ESTAT NO REQUEREIX SIGNATURES



 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
--	---	---------------------


**VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR
DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA
PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE
LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS
MITJANS DE COMUNICACIÓ**

LOT 1: Producció audiovisual

Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref. █) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <https://seu.diputaciólleida.cat/postal/verificadocuments.do?entL=1>



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref: XXXXXXXXXX) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <https://seu.diputaciodelleida.cat/porta/verificarDocuments.do?entId=1>

 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
--	---	---------------------

Antecedents

Aquest informe es redacta a requeriment de la Mesa constituïda per la contractació en procediment obert del servei de disseny i la producció d'una campanya de difusió de la realitat rural de la demarcació de Lleida i la seva inserció als diferents mitjans de comunicació.

En el punt *H.a) Criteris avaluables per judici de valor* del plec de clàusules administratives que regeix la present licitació s'especifiquen els criteris de valoració vinculats a l'objecte del contracte que depenen d'un judici de valor, essent aquests:

Criteris valorables que depenen d'un judici de valor - Fins a 45 punts	
Descripció	Puntuació
A. Idea i concepte creatiu	Fins a 20 punts
Notorietat dels prescriptors del missatge. <ul style="list-style-type: none"> La proposta no aporta notorietat donat que els prescriptors del missatge no són persones amb impacte i vinculació al territori: 0 punts. La proposta aporta un cert grau de notorietat donat que els prescriptors són persones amb impacte i vinculació al territori: 5 punts. La proposta aporta molta notorietat donada la rellevància dels prescriptors del missatge: 10 punts 	Fins a 10 punts
Concepte creatiu <ul style="list-style-type: none"> El concepte creatiu no és original, no és inèdit, és similar al d'altres campanyes que ja han estat emeses: 0 punts La proposta de concepte creatiu aporta un cert grau d'innovació i originalitat, però recorda a altres campanyes que ja han estat emeses: 2,5 punts La proposta de concepte creatiu és innovadora i original, pot arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals o target: 5 punts 	Fins a 5 punts
Originalitat de l'eslògan <ul style="list-style-type: none"> El eslògan o claim no és inèdit, és similar a altres campanyes que ja han estat emeses: 0 punts El eslògan o claim aporta un cert grau d'innovació i originalitat, però recorda a altres campanyes que ja han estat emeses: 2,5 punts El eslògan o claim és innovador i original, pot arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals o target: 5 punts 	Fins a 5 punts
B. Missatge	Fins a 5 punts
Nivell d'adequació del missatge a la campanya El missatge ha de ser proper, entenedor i efectiu. Ha de transmetre que viure en les zones rurals comporta una sèrie d'avantatges i beneficis com la salut, tranquil·litat, la no contaminació, sentiment de pertinença, proximitat, etc. Transmetre el missatge de que existeix una altra manera de viure. <ul style="list-style-type: none"> El missatge no s'adequa a l'objectiu de la campanya: 0 punts El missatge s'adequa a l'objectiu de la campanya parcialment: 2,5 punts El missatge no tan sols s'adequa a l'objectiu de la campanya sinó que aporta una millora: 5 punts 	Fins a 5 punts
C. Disseny i estètica	Fins a 10 punts




Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref: ...). El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://sede.diputaciollleida.cat/patruverificadocuments.do?entId=1

 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
---	---	---------------------

<p>Disseny i tipus d'imatges (audiovisual)</p> <p>Les propostes gràfiques han de complir amb l'objectiu de la campanya: posar en valor les zones rurals i lluitar contra el despoblament. Han d'atreure als usuaris finals i fer que es plantegin anar a viure a petits municipis de la província de Lleida:</p> <ul style="list-style-type: none"> El llenguatge visual no respon a l'objectiu de la campanya: 0 punts El llenguatge visual respon a l'objectiu de la campanya: 2,5 punts El llenguatge visual respon a l'objectiu de la campanya i garanteix un impacte en els usuaris finals: 5 punts 	Fins a 5 punts
<p>Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior</p> <p>La proposta ha d'anar dirigida al compliment de l'objectiu de la campanya: posar en valor les zones rurals i lluitar contra el despoblament.</p> <ul style="list-style-type: none"> La utilització dels recursos gràfics no garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya: 0 punts La utilització dels recursos gràfics garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya: 2,5 punts La utilització dels recursos gràfics garanteix el nivell de comprensió del missatge de la campanya i l'hi aporta un valor afegit: 5 punts 	Fins a 5 punts
<p>D. Integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica:</p> <p>Es valorarà el grau d'integració de totes les peces de la campanya (espot, gràfica, banners...) de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global sense desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya.</p> <ul style="list-style-type: none"> Els recursos gràfics i visuals no són coherents: 0 punts Els recursos gràfics i visuals són coherents: 2,5 punts Els recursos gràfics i visuals són coherents i aporten un valor afegit a la campanya: 5 punts 	Fins a 5 punts
<p>E. To i estil:</p> <p>Es valorarà que l'estil de la campanya i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats al brifing. El missatge ha de ser proper, entenedor, efectiu, però amb un to emocional que permeti que els usuaris finals es sentin identificats, els commogui i els sensibilitzi.</p> <ul style="list-style-type: none"> El to i l'estil de la campanya no s'adequa a l'objectiu marcat al brifing: 0 punts El to i l'estil de la campanya s'adequa parcialment a l'objectiu marcat en el brifing, és proper, clar i entenedor però no emociona: 2,5 punts El to i estil de la campanya s'adequen perfectament a l'objectiu, és proper, clar, entenedor, emotiu i sensibilitza: 5 punts 	Fins a 5 punts
TOTAL	Fins a 45 punts

DOCUMENT Document Genèric: Informe tècnic Valoració criteris judici de valor lot 1	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: [REDACTED] Pàgina 4 de 8	SIGNATURES	ESTAT NO REQUEREIX SIGNATURES



 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
--	---	---------------------

Consideracions

D'acord amb l'acta d'obertura de les ofertes presentades al LOT 1 per l'adjudicació del contracte de serveis objecte d'aquest informe s'ha rebut oferta de les empreses següents:

- OFERTA 1_DOSIS VIDEOMARKETING, SL
- OFERTA 2_ARNOLD FILMS, SL

Conclusions

Analitzada la documentació aportada per les empreses que presenten les ofertes es valoren aquestes d'acord allò especificat en el plec de clàusules administratives i el plec de prescripcions tècniques.

Respecte a l'oferta de l'empresa Dosis Videomarketing, SL, s'observa segons l'apartat H del Plec de condicions administratives i l'apartat 8.1 de la Memòria justificativa del contracte que:

- Pel que fa a l'apartat A, idea i concepte creatiu, i en concret:
 - Respecte a la notorietat dels prescriptors del missatge, l'oferta presentada no aporta prescriptors notoris (líders d'opinió) que tinguin impacte i vinculació al territori, proposant únicament persones anònimes. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 0 punts.
 - Pel que fa al concepte creatiu, l'oferta presentada és innovadora i original i podria arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
 - En relació amb l'originalitat de l'eslògan, l'oferta presentada aporta un cert grau d'innovació i originalitat en els missatges presentats, però no concreta un únic eslògan o *claim* de la campanya tal com es sol·licitava, existint diversos missatges: "Tot el que és bo de la ciutat, sense la ciutat", "Repte demogràfic. Bon dia, vida meva!", "Lleida, territori vida", "Ven i queda't a viure", "Canvia la banda sonora de la teva vida", "Bon dia a la teva nova vida". A més algun d'aquests missatges recorda a altres campanyes de la Diputació de Lleida que ja han estat emeses. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.
- Respecte a l'apartat B, missatge, concretament:
 - En relació amb el nivell d'adequació del missatge a la campanya, l'oferta presentada s'adequa parcialment a l'objectiu de la mateixa, atès que desprèn proximitat i transmet el sentiment de pertinença, qualitat de vida, tranquil·litat i l'existència d'una altra manera de viure. No obstant, aquest no resulta entenedor perquè no hi ha una línia conductora ben definida, i això resta efectivitat a la campanya. Així mateix, es considera que no aporta cap millora respecte al que es sol·licita en el brífing inclòs en la memòria. És per aquests motius, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.




Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref. [REDACTED]) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://seu.diputacióde Lleida.cat/porta/verificarDocuments.do?entId=1

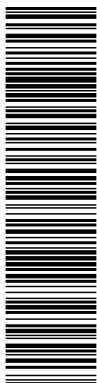
 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
---	---	---------------------


- En relació amb l'apartat C, disseny i estètica, i en concret:
 - Respecte al disseny i tipus d'imatges (audiovisual) l'oferta presentada aporta un llenguatge visual que respon a l'objectiu de la campanya, tot i això no s'evidencia cap garantia sobre l'impacte en els usuaris finals -essent l'objectiu el fet de plantejar-se anar a viure a petits municipis de la província de Lleida-. Les imatges se centren en bona part en espais interiors i pel que fa als espais exteriors es proposa projectar zones rurals situades no només a la província de Lleida, sinó també a la Selva -comarca de la província de Girona que no resulta objectiu de la campanya-. És per aquests motius, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.
 - Pel que fa a la proposta de la gràfica per al mitjà imprès i publicitat exterior l'oferta presentada utilitza recursos gràfics que poden arribar a garantir el nivell de comprensió de la campanya, però sense aportar-hi valor afegit, atès que en la proposta no es desenvolupa una composició visual concreta, sinó únicament una sèrie d'elements que poden ser utilitzats en aquests mitjans de comunicació. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.
- Respecte a l'apartat D, integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica, l'oferta presentada ofereix recursos gràfics i visuals coherents, però sense aportar un valor afegit a la campanya, atès que no es mostra un disseny concret per als mitjans digitals, publicitat exterior, mitjans escrits, etc. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.
- Pel que fa a l'apartat E, to i estil, l'oferta presentada té un to i estil que s'adequa parcialment a l'objectiu marcat en el brifing. És proper atès que construeix un llenguatge amable, positiu i simpàtic, però manca emoció i sensibilitat perquè el missatge és excessivament pla i no commou. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 2,5 punts.

Així doncs, la valoració mitjançant judici de valor de la proposta de Dosis Videomarketing, SL per al LOT 1: Producció audiovisual és:

CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR LOT 1: Producció audiovisual	Total màxim 45 punts distribuïts:
Dosis Videomarketing, SL	
A. Idea i concepte creatiu	7,5 punts
Notorietat dels prescriptors del missatge	0 punts
Concepte creatiu	5 punts
Originalitat de l'eslògan	2,5 punts
B. Missatge	2,5 punts
Nivell d'adequació del missatge a la campanya	2,5 punts
C. Disseny i estètica	5 punts
Disseny i tipus d'imatges (audiovisual)	2,5 punts
Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior	2,5 punts
D. Integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica	2,5 punts
E. To i estil:	2,5 punts
TOTAL	20 punts

DOCUMENT Document Genèric: Informe tècnic Valoració criteris judici de valor lot 1	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació:  Pàgina 6 de 8	SIGNATURES	ESTAT NO REQUEREIX SIGNATURES




 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
--	---	---------------------

Respecte a l'oferta de l'empresa Arnold films, SL, s'observa segons l'apartat H del Plec de condicions administratives i l'apartat 8.1 de la Memòria justificativa del contracte que:

- Pel que fa a l'apartat A, idea i concepte creatiu, i en concret:
 - Respecte a la notorietat dels prescriptors del missatge, l'oferta presentada aporta prescriptors (líders d'opinió) molt notoris, donada la seva rellevància, impacte i vinculació al territori. En aquest sentit, es proposen l'actor Francesc Garrido i la xef Teresa Carles, ambdós àmpliament coneguts en l'esfera pública. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 10 punts.
 - Pel que fa al concepte creatiu, l'oferta presentada és innovadora i original i podria arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
 - En relació amb l'originalitat de l'eslògan, l'oferta presentada aporta un eslògan o *claim* innovador i original i pot arribar a tenir un gran impacte en els usuaris finals, atès que està molt ben definit i respon clarament al que s'especifica en el brífing, emfatitzant en el potencial dels pobles petits de la província de Lleida. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
- Respecte a l'apartat B, missatge, concretament:
 - En relació amb el nivell d'adequació del missatge a la campanya, l'oferta presentada no tan sols s'adequa a l'objectiu de la mateixa, sinó que aporta una millora. En aquest sentit, aporta una visió de que quelcom petit pot arribar a esdevenir molt gran. El missatge és proper, entenedor i efectiu, transmetent les avantatges que comporta viure a les zones rurals. És per aquest motiu que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
- En relació amb l'apartat C, disseny i estètica, i en concret:
 - Respecte al disseny i tipus d'imatges (audiovisual) l'oferta presentada respon a l'objectiu de la campanya i garanteix un impacte en els usuaris finals, atès que es basa en la diversitat social i territorial, mostrant un gran ventall de paisatges de diferents zones de la província de Lleida i creant proximitat per a que els usuaris finals es puguin arribar a sentir identificats. És per aquests motius, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
 - Pel que fa a la proposta de la gràfica per al mitjà imprès i publicitat exterior l'oferta presentada utilitza uns recursos gràfics que garanteixen totalment el nivell de comprensió de la campanya, aportant-li un valor afegit. En aquest sentit, s'aporten exemples concrets dels anuncis en premsa escrita i publicitat exterior que resulten atractius per a l'usuari i identifiquen clarament l'objectiu de la campanya. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.
- Respecte a l'apartat D, integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica, l'oferta presentada ofereix recursos gràfics i visuals que són coherents i aporten un valor afegit a la campanya. Totes les peces proposades treballen en una mateixa direcció, construint una campanya global amb idèntics codis visuals. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref. [REDACTED]) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://sede.diputadollleida.cat/portal/verificarDocumentos.do?entId=1

 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
--	---	---------------------

- Pel que fa a l'apartat E, to i estil, l'oferta presentada té un to i estil que s'adequa perfectament a l'objectiu, essent proper, clar, entenedor, emotiu, esperançador i que connecta emocionalment amb l'usuari final. La utilització de càmeres i objectius de cinema i la tècnica d'ASMR en el so evolvent afavoreixen que el missatge penetri molt més en l'usuari final. És per aquest motiu, que la puntuació que s'atorga a aquest apartat és de 5 punts.

Així doncs, la valoració mitjançant judici de valor de la proposta d'Arnold films, SL per al LOT 1: Producció audiovisual és:

CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR LOT 1: Producció audiovisual	Total màxim 45 punts distribuïts:
F. Idea i concepte creatiu	20 punts
Notorietat dels prescriptors del missatge	10 punts
Concepte creatiu	5 punts
Originalitat de l'eslògan	5 punts
G. Missatge	5 punts
Nivell d'adequació del missatge a la campanya	5 punts
H. Disseny i estètica	10 punts
Disseny i tipus d'imatges (audiovisual)	5 punts
Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior	5 punts
I. Integració i coherència entre la imatge visual i la imatge gràfica	5 punts
J. To i estil:	5 punts
TOTAL	45 punts

En conclusió, la valoració mitjançant judici de valor del procediment de contractació del servei de disseny i la producció d'una campanya de difusió de la realitat rural de la demarcació de Lleida i la seva inserció als diferents mitjans de comunicació (LOT 1) és la següent:



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref: [REDACTED]). Aquesta còpia no té validesa jurídica. El document no requereix signatures. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <https://seu.diputaciólleida.cat/computat/VerificarDocuments.do?entL=1>

 Diputació de Lleida Àrea de Planificació i Cooperació Municipal	VALORACIÓ MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE DISSENY I LA PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE DIFUSIÓ DE LA REALITAT RURAL DE LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA I LA SEVA INSERCIÓ ALS DIFERENTS MITJANS DE COMUNICACIÓ LOT 1: Producció audiovisual	DATA: 04-06-2024
---	---	---------------------

Exp. 2024/48-20	Contractació conjunta del servei de disseny i la producció d'una campanya de difusió de la realitat rural de la demarcació de Lleida i la seva inserció als diferents mitjans de comunicació	LOT 1
Criteris avaluable mitjançant Judici de Valor (Màxim 45 punts)		

Núm. Oferta	Llicitadors (n)	Notorietat dels prescriptors (Màxim 10 punts)	Concepte creatiu (Màxim 5 punts)	Originalitat de l'eslògan (Màxim 5 punts)	Nivell d'adequació del missatge (Màxim 5 punts)	Disseny i tipus d'imatges (audiovisual) (Màxim 5 punts)	Proposta de la gràfica al mitjà imprès i exterior (Màxim 5 punts)	Integració i coherència entre la imatge visual i gràfica (Màxim 5 punts)	To i estil (Màxim 5 punts)	TOTAL PUNTS
1	DOSIS VIDEOMARKETING, SL	0	5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	20
2	ARNOLD FILMS, SL	10	5	5	5	5	5	5	5	45

Lleida, a la data de la signatura

Silvia Domínguez Badia - DNI [REDACTED] (AUT)
 Firmado digitalmente por Silvia Domínguez Badia - DNI [REDACTED] (AUT)
 Fecha: 2024.06.04 19:07:41 +02'00'

Silvia Domínguez
 Tècnica d'administració general
 Àrea de Planificació i Cooperació Municipal