

Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional en mitjans de comunicació

Expedient: AG-2024-1470
Procediment: Concreció de condicions
Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional per a la difusió de la campanya PIM PAM PEIX 2024, destinada a la promoció del consum dels productes pesquers.
Termini d'execució: Des de la data de la notificació de la resolució d'adjudicació fins el 31 de desembre de 2024

Antoni Espanya i Forcadell
Director general de Política Marítima i Pesca Sostenible

Servei d'inserció de publicitat institucional per a la difusió de la campanya PIM PAM PEIX 2024, destinada a la promoció del consum dels productes pesquers.

Brífling de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

Introducció:

La Direcció General de Política Marítima i Pesca Sostenible de la Generalitat de Catalunya està impulsant una campanya per promoure el consum de peix entre les famílies catalanes font indispensable de la salut blava. El consum de productes pesquers mostra una tendència negativa en els darrers anys. El consum a les llars l'any 2023 va ser un 16,5% inferior al consum el 2019 (abans de la COVID-19). L'objectiu és conscienciar sobre els beneficis del consum de peix i reforçar el coneixement i la compra dels productes locals que aporten diàriament als mercats un producte fresc, de qualitat i capturat de manera sostenible a les costes catalanes. A més es vol reconèixer el caràcter essencial de la pesca, com a garantia de sobirania alimentària, i traslladar a la ciutadania la necessitat de garantir el manteniment dels pescadors i aquicultors, així com la resta dels operadors de la cadena de valor (comercialització (minoristes i majoristes dels productes pesquers). Aquests sectors representen el segon subsector en importància de l'economia blava de Catalunya, després del sector de turisme marítim, i és l'únic subsector amb activitat contínua al llarg de l'any. Per tant per garantir l'economia (negoci, ocupació) de les comunitats i territoris pesquers tot l'any, és imprescindible mantenir el sector pesquer, sense consum de peix no tindrem pescadors, sense pescadors no tindrem comunitats pesqueres. Alhora, volem desmitificar creences errònies i estereotips en relació al sector pesquer de Catalunya, és un sector de pesca costanera, empreses familiars, que fa anys ha assolit la necessitat de la transició cap a la sostenibilitat, participa en el coneixement i la cura dels seus caladors, és un sector que actua local, el seu calador és com el seu hortet, i per tant treballa per garantir el manteniment de l'activitat pels pescadors actuals i les generacions futures. Reconèixer el seu esforç i apostar pel consum dels productes que captura és l'eina dels ciutadans per garantir una proteïna blava de proximitat, i que les vil·les marineres, la gastronomia, la cultura marinera, perdurin.

Objectius de la Campanya:

- Reconèixer el paper essencial del sector pesquer per la sobirania alimentària del país
- Dignificar la professió dels pescadors i la cadena de valor
- Conscienciar de la importància del sector pesquer (pesca, aquicultura, comercialització i transformació dels productes pesquers) en l'economia blava de les comunitats pesqueres. Sense pesca no hi ha comunitat, sense pesca no hi ha gastronomia, sense pesca no hi ha cultura marinera, etc
- Informar sobre els beneficis nutricionals i per a la salut del consum de peix (salut blava).
- Augmentar el consum de peix de proximitat entre les famílies catalanes, especialment aquelles amb nens i joves.
- Desmitificar mites associats al peix, com el seu preu, complexitat culinària i la manca de diversitat. Trencar amb el "quina mandra".

- Mostrar la gran varietat de peixos disponibles a Catalunya i la importància de valorar les espècies autòctones i sostenibles, fomentar el consum de peix de temporada (comprar el que ens aporta la mar).
- Destacar la modernitat i diversitat de les peixateries locals, evitant estereotips visuals.

Públic Objectiu:

La campanya està dirigida al propi sector pesquer i a ciutadania en general, procedents de tots els racons de Catalunya.

Missatge:

El missatge clau de la campanya és "Menja peix: la nostra cultura", "Menja peix: les nostres vil·les mariners", "Menja peix: la nostra gastronomia", "Menja peix: la teva salut"

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans televisió, ràdio, exterior i la creació de material publicitari (davantals, guants i draps de cuina).

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient i fins al 31 de desembre de 2024. Cal afegir, que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació de cadascuna de les accions, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 289.256,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 349.999,76 €).

Aquesta actuació pot ser cofinançada en un 70% pel Fons Europeu Marítim de Pesca i d'Aqüicultura (FEMPA).

4. Detall de les insercions

El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.

5. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar

- a) **Una declaració responsable** signada conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a

l'adjudicació de l'Acord marc o la classificació empresarial opcional.

- b) El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- c) L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

Participació en la licitació

D'acord amb la clàusula quaranta-dosena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, **la no participació, sense causa justificada, en més de 5 invitacions als procediments basats és causa de resolució de l'Acord marc.** La justificació de la impossibilitat de participar en el procediment basat es realitzarà mitjançant **la presentació de l'escrit pertinent davant l'òrgan de contractació**. No es podrà al·legar com a causa justificada per no participar qualsevol circumstància que pugui donar lloc a la resolució de l'Acord Marc, en aplicació de les causes previstes en l'article 211 de la LCSP.

Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta de mitjans, suports i període de les insercions es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària.

Caldrà oferir per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net, un descompte o un recàrrec. El percentatge de la comissió d'agència per a cada mitjà també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus o costos, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc EC-2022-32.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos preus unitaris detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu o cost, major descompte, menor recàrrec o menor comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultant de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})}{(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})}$$

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Quan es valori el recàrrec o la comissió d'agència (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{el recàrrec o la comissió més baixa})}{(1 + \text{el recàrrec o la comissió que es puntua})}$$

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.

6. Forma de pagament

El pagament d'aquesta contractació s'abonarà mitjançant diversos pagaments, en funció de les insercions realment efectuades.

Aquesta contractació anirà a càrrec de la partida pressupostària:

Centre gestor	Partida pressupostària
AG01	D/226000300/1210/0000

Aquesta actuació pot ser cofinançada en un 70% pel Fons Europeu Marítim de Pesca i d'Aqüicultura (FEMPA).

7. Responsable del contracte.

Es designa com a responsable del contracte la subdirectora general de Pesca i Aqüicultura de la Direcció General de Política Marítima Pesca Sostenible.

El responsable del contracte designarà un/a tècnic/a per a col·laborar, de manera continuada i directa, en l'execució del seguiment i la supervisió de les activitats que són objecte d'aquest contracte.