



Informe justificatiu de la celebració d'un contracte

Contracte: Contracte públic	Unitat promotora: Secretaria General
Tipus: Serveis	
Expedient: PTOP-2025-9	Procediment: anticipat obert harmonitzat Criteris d'adjudicació: diversos
Títol: Contractació del servei de creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat i difusió i les adaptacions corresponents per a la seva inserció en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació; i del servei de creativitat i producció de vídeos.	

	Import base	IVA	Import total
Valor estimat del contracte (sense IVA)	743.278,80 €		
Pressupost licitació			
Lot 1: Servei de creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat institucional i les seves respectives adaptacions que es difondran en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, ràdio, mitjà imprès, exterior i internet.	259.182,00 €	54.428,22 €	313.610,22 €
Lot 2: Creació i producció de vídeos	78.672,00 €	16.521,12 €	95.193,12 €
Termini d'execució	12 mesos des de l'1 de gener de 2025 o des de la data de formalització del contracte si fos posterior i com a màxim fins al 31 de desembre de 2025. Es preveu una pròrroga de 12 mesos		

Aquest contracte està subjecte a regulació harmonitzada.

1. Justificació de la necessitat de contractar

El Gabinet Tècnic, adscrit a la Secretaria General del Departament, té assignades, tal com estableix el Decret 155/2022, de 30 d'agost, d'estructuració del Departament de la Vicepresidència i de Polítiques Digitals i Territori i d'acord amb el Decret 293/2022, de 2 de novembre, de reestructuració del Departament de Territori, les competències en matèria de publicitat, informació i difusió, així com les competències d'Impulsar i supervisar, en coordinació amb l'Oficina de Comunicació del Gabinet de la Consellera, les actuacions de difusió externa del Departament pels diferents mitjans, telemàtics o presencials, disponibles.

Les diferents secretaries i empreses del sector públic han traslladat al Gabinet Tècnic els temes d'interès i benefici general així com els nous serveis i actuacions sobre els quals cal informar a la ciutadania durant el 2025 i 2026.

Els mitjans personals i materials del Gabinet Tècnic són insuficients per assumir internament la realització del serveis objecte de la contractació, en els termes i condicions que es detallen en el plec de prescripcions tècniques. Per aquest motiu, el Gabinet Tècnic considera necessari, un cop valorada i desestimada la possibilitat d'assumir el servei amb els recursos humans i materials propis, contractar externament els serveis descrits en l'objecte de cadascun dels lots.

2. Determinació del preu del contracte

Lot 1. Creativitat multimèdia

a) Determinació del preu. Preus unitaris

El sistema de determinació del preu és per preus unitaris. Els preus unitaris estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de l'experiència acumulada observant pressupostos presentats a concursos amb unes característiques similars a les requerides per a les campanyes objecte d'aquest contracte. Els preus unitaris màxims de licitació es troben detallats al següent quadre:

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim estimat (IVA exclòs)
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat dels espots/vídeos de la campanya	2.000,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les falques de la campanya	400,00 €



Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya per al mitjà premsa i exterior estàndard (opis, cartells, banderoles i/o tanques)	400,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya especials per al mitjà exterior	500,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització, i creativitat de les peces de la campanya per al mitjà digital (baners publicitaris estàtics i/o dinàmics/animats i baners per inserció a web corporativa o altres suports de difusió)	500,00 €
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a diverses localitzacions exteriors que impliquin desplaçaments a diversos indrets de Catalunya (nivell de complexitat alt)	45.000,00 €
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions exteriors (nivell de complexitat mitjà)	30.000,00 €
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions dins d'un plató o altres espais interiors	25.000,00 €
Preu per l'adaptació del vídeo original a formats més reduïts	150,00 €
Preu per a la producció d'una falca amb 1 veu	900,00 €
Preu per a 1 veu/idioma addicional (aranès o altre) en la locució de les falques	300,00 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior amb sessió fotogràfica	800,00 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior produït amb imatges d'arxiu o amb il·lustració	500,00 €
Preu per a la producció d'un anunci display estàtic per al mitjà digital: banner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.	300,00 €
Preu per a la producció d'un anunci animat per al mitjà digital: gif o mp4	500,00 €
Honoraris d'agència	10 % sobre l'import total de la campanya

Adaptacions	Preu unitari màxim estimat (IVA exclòs)
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès.	82,40 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	82,40 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	721,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides display habituals (robaplanes doble, megabaner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.	123,60 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (brand day, animació multimèdia, vídeo gràfic, stories, anuncis per a xarxes socials, teasers etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.	206,00 €

b) Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

D'acord amb l'experiència prèvia, s'estima que anualment les necessitats creatives del Departament de Territori en campanyes seran les que queden recollides en aquest quadre:

Tipus de campanya	Nombre anual estimat de campanyes
Campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació i inclouran el rodatge d'un spot amb actors/actrius a diverses localitzacions exteriors (nivell de complexitat alt)	1
Campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació i inclouran el rodatge d'un spot amb actors/actrius a diverses localitzacions exteriors (nivell de complexitat mitjà)	1
Campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació i inclouran el rodatge d'un spot amb	2



actors/actrius a localitzacions dins d'un plató	
Campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació menys la televisió i no requeriran rodatge d'espots amb actors/actrius	4

Per arribar al pressupost de licitació hem aplicat els preus màxims unitaris esmentats anteriorment:

Concepte	Total d'unitats	Preu unitari màxim estimat (IVA exclòs)	Total
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat dels espots/vídeos de la campanya	4	2.000,00 €	8.000,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les falques de la campanya	8	400,00 €	3.200,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya per al mitjà premsa i exterior estàndard (opis, cartells, banderoles i/o tanques)	8	400,00 €	3.200,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya especials per al mitjà exterior	4	500,00 €	2.000,00 €
Preu per a la definició de la idea, conceptualització, i creativitat de les peces de la campanya per al mitjà digital (baners	8	500,00 €	4.000,00 €



publicitaris estàtics i/o dinàmics/animats i baners per inserció a web corporativa o altres suports de difusió)			
Preu per a la producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a diverses localitzacions exteriors que impliquin desplaçaments a diversos indrets de Catalunya (nivell de complexitat alt)	1	45.000,00 €	45.000,00 €
Preu per a la producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions exteriors (nivell de complexitat mitjà)	1	30.000,00 €	30.000,00 €
Preu per a la producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions dins d'un plató o altres espais interiors	2	25.000,00 €	50.000,00 €
Preu per l'adaptació del vídeo original a formats més reduïts	4	150,00 €	600,00 €
Preu per a la producció d'una falca amb 1 veu	8	900,00 €	7.200,00 €
Preu per a 1 veu/idioma addicional (aranès o altre) en la locució de les falques	8	300,00 €	2.400,00 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior amb sessió fotogràfica	12	800,00 €	9.600,00 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior produït amb imatges d'arxiu o amb il·lustració	4	500,00 €	2.000,00 €



Preu per a la producció d'un anunci display estàtic per al mitjà digital: bàner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.	16	300,00 €	4.800,00 €
Preu per a la producció d'un anunci animat per al mitjà digital: gif o mp4	16	500,00 €	8.000,00 €

Honoraris

10%
18.000,00 €

Concepte	Total d'unitats	Preu unitari màxim estimat (IVA exclòs)	Total
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès.	130	82,40 €	10.712,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	10	82,40 €	824,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	46	721,00 €	33.166,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides	50	123,60 €	6.180,00 €

display habituals (robaplanes doble, megabaner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.			
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (brand day, animació multimèdia, vídeo gràfic, stories, anuncis per a xarxes socials, teasers etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.	50	206,00 €	10.300,00 €
Total sense IVA			259.182,00 €

D'acord amb totes les consideracions anteriors, hem arribat a la conclusió que el pressupost màxim de licitació per al lot 1 és de **259.182,00 € IVA exclòs**.

Lot 2. Creació i producció de vídeos

a) Determinació de preus. Preus unitaris

Els preus unitaris estimats s'han obtingut a partir de l'experiència de contractacions anteriors fetes pel Departament, dels de preus de mercat que la Direcció General de Difusió contempla en les seves campanyes i després d'haver consultat diverses empreses especialitzades en la creació de vídeos.

Els preus unitaris màxims estimats es troben detallats al següent quadre resum:

Concepte	Import màxim estimat (IVA exclòs)
Preu per: creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (2 veus)	10.815,00 €
Preu per: creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (1 veu)	10.300,00 €
Preu per: adaptació d'un vídeo a formats propis de les xarxes socials o altres formats (format + temps).	206,00 €

Producció d'un vídeo amb imatges d'arxiu o animació (locutat i amb música)	4.800,00 €
Preu per: Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) amb locució (1 veu)	3.000,00 €
Preu per: Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) sense locució	2.500,00 €
Preu per: vídeo resum d'una acció, gravació exterior i/o testimonial	1.000,00 €
Preu per fer un (1) canvi en un vídeo ja produït. Ex. afegir subtítols, afegir o canviar caràtules, unir diversos vídeos.	100,00 €

b) Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

Basant-nos en l'experiència prèvia, estimem que anualment les necessitats creatives del Departament de Territori, pel que fa a vídeos seran les que queden recollides en aquest quadre:

Tipus de vídeos	Nombre anual estimat de vídeos	Import màxim estimat per vídeo	Total màxim anual, IVA exclòs
(a) Creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (2 veus)	-	10.815,00 €	-
(b) Creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (1 veu)	4	10.300,00 €	41.200,00 €
(c) Adaptació d'un vídeo a formats propis de les xarxes socials o altres formats (format + duració)	12	206,00 €	2.472,00 €
(d) Preu per: Producció d'un vídeo amb imatges d'arxiu o animació (locutat i amb música)	5	4.800,00 €	24.000,00 €
(e) Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) amb locució (1 veu)	3	3.000,00 €	9.000,00 €
(f) Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) sense locució	-	2.500,00 €	-
(g) Creació i producció d'un vídeo resum d'una acció, gravació exterior i/o testimonial	2	1.000,00 €	2.000,00 €
(h) Realització d'un canvi en un vídeo ja produït. Ex. afegir subtítols, afegir o canviar caràtules, unir diversos vídeos..	-	100,00 €	-
			78.672,00 €

D'acord amb totes les consideracions anteriors, hem arribat a la conclusió que el pressupost màxim de licitació pel lot 2 és de **78.672,00 € IVA exclòs**.

3. Determinació del valor estimat del contracte (VEC) i del pressupost màxim de licitació

El valor estimat del contracte (VEC) s'ha obtingut a partir del pressupost base de licitació sense l'IVA.

El pressupost base de licitació és el següent:

	Import IVA exclòs	Import IVA	Import total, IVA inclòs
Lot 1	259.182,00 €	54.428,22 €	313.610,22 €
Lot 2	78.672,00 €	16.521,12 €	95.193,12 €
TOTAL	337.854,00 €	70.949,34 €	408.803,34 €

D'acord amb l'article 101.1 a) de la Llei de contractes del sector públic (LCSP), per als contractes de serveis, el valor estimat del contracte (VEC) serà determinat per l'òrgan de contractació prenent l'import total sense IVA, més les modificacions previstes i les eventuals pròrrogues.

Les modificacions es duran a terme per la necessitat d'haver de produir campanyes, adaptacions i/o vídeos que siguin conseqüència de decisions polítiques vinculades a canvis d'estratègia o situacions sobrevingudes.

Aquestes modificacions es troben especificades en l'apartat U del quadre de característiques del Plec de clàusules administratives particulars. En qualsevol cas, la suma de les modificacions previstes dins del contracte no pot superar el 20% del preu inicial del contracte.

El valor estimat del contracte total és de 743.278,80 euros IVA exclòs. Per al càlcul del valor estimat dels lots 1 i 2 es té en compte el pressupost de licitació, sense IVA, calculat de la manera esmentada anteriorment amb el modificat previst i la pròrroga prevista per a 2026.

Valor estimat del contracte:

	Import pressupost licitació (sense IVA)	Modificat 20% any 2025	Pròrroga prevista per al 2026	VEC total IVA exclòs
Lot 1	259.182,00 €	51.836,40 €	259.182,00 €	570.200,40 €
Lot 2	78.672,00 €	15.734,40 €	78.672,00 €	173.078,40 €
Total	337.854,00 €	67.570,80 €	337.854,00 €	743.278,80 €

Aquest pressupost s'exhaurirà, o no, en funció dels treballs que es duguin a terme. En qualsevol cas no es garanteix cap volum mínim de despesa.

En aquest càlcul no s'han tingut en compte els costos laborals perquè no són rellevants en aquesta contractació.

4. Proposta d'utilització de procediment de contractació

Es proposa el procediment obert harmonitzat atès el valor estimat del contracte, com a procediment ordinari d'acord amb l'article 131.2 de la LCSP.

5. Criteris d'adjudicació

Lot 1 Creativitat multimèdia

D'acord amb l'article 145 de la LCSP la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació. Aquests criteris s'articulen en diverses fases eliminatòries d'acord amb l'article 146.3 de la LCSP. Aquests criteris d'adjudicació són els següents:

A) Criteris sotmesos a judici de valor (sobre B)

Els criteris sotmesos a judici de valor es consideren fonamentals en aquest contracte ja que la qualitat tècnica de l'adjudicatari és molt important. Es necessita poder valorar la creativitat i execució gràfica de la idea creativa per poder decidir si els possibles adjudicataris podran dur a terme l'objecte del contracte amb les millors condicions, independentment del preu ofert.

Aquesta fase consisteix en presentar una proposta tècnica que ha d'incloure la creativitat, el disseny, la realització i la producció d'una campanya de publicitat per

difondre-la en els mitjans de comunicació següents: televisió, ràdio, mitjà imprès, exterior i internet. Els detalls per fer aquesta proposta tècnica es concreten al brífing que es recull a l'annex 7.

La proposta tècnica es puntuarà amb un **màxim de 45 punts** i es valoraran aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre als ciutadans i ciutadanes de Catalunya s'ajusti als objectius informatius, és a dir, que el missatge es comuniqui d'una forma entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic objectiu. És per aquest motiu que les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica que, d'acord amb al punt 6 del brífing que consta a l'annex 7 haurà d'incloure els següents elements:

- Exposició i argumentari del concepte creatiu. Només es pot presentar un únic concepte creatiu.
- Espot: guió gràfic (*story*) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot. Es pot presentar també una maqueta o animàtic que mostri l'estil i la tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- Fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció dels vídeos.
- Text-guions escrits de les falques de campanya. No cal presentar gravació
- Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior
- Proposta de la gràfica per als mitjans digitals (internet i xarxes socials) tant peces estàtiques com dinàmiques.

Els criteris específics de valoració de l'oferta tècnica s'han determinat en 5 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) per tal d'obtenir un més alt grau d'eficiència econòmica, d'eficàcia i de qualitat en l'execució de l'objecte d'aquest contracte.

1. Elements clau: fins a un màxim de 40 punts.

Elements clau (criteris 1 a 4):fins a un màxim de 40 punts.

a. Criteri 1: Idea i concepte creatiu global, es valorarà el grau de notorietat, originalitat en el desenvolupament de la idea, elements d'impacte i adequació a l'objecte de comunicació que es detalla al brífing. Aquest criteri es valorarà amb un màxim de 15 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- Notorietat: la campanya ha de cridar l'atenció de l'espectador.
- Originalitat*: ha de ser innovadora, no caure en tòpics ni idees ja recurrents.
- Impacte: ha de crear en l'espectador una situació de reflexió i record.
- Adequació: ha de ser identificable amb la idea que es vol incidir, sense ambigüitats.

*NOTA: s'entén per *originalitat* que la proposta, tant pel contingut com per la forma, presenta trets definitoris que la distingeixen de manera clara de qualsevol altra campanya publicitària i que, per tant, no és una còpia ni reproduïx cap campanya ja existent.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anterior es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Idea i concepte creatiu òptim: compleix els 4 requisits	100%	15 punts
Idea i concepte creatiu notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	11,25 punts
Idea i concepte creatiu correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	7,5 punts
Idea i concepte creatiu amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	3,75 punts
Idea i concepte creatiu amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

b. Criteri 2: Coherència global de la campanya, grau d'integració de totes les peces de campanya (espot, gràfica, ...) de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global (que no hi hagi desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya). Aquest criteri es valorarà amb un màxim de 5 punts.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anterior es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Coherència òptima: totes les peces estan integrades i cadascuna d'elles per si sola transmet el missatge de la campanya	100%	5 punts
Coherència notable: totes les peces de la campanya tenen coherència tot i que es percep diferent imatge/codis visuals en una d'elles	75%	3,75 punts
Coherència correcta: totes les peces tenen coherència però es percep diferent codi visual en més d'una peça	50%	2,5 punts

Te algunes mancances: les peces estan treballades en la mateixa línia però amb diferent codi visual	25%	1,25 punts
Te moltes mancances: les peces estan desconnectades entre elles sense construir una campanya global	0%	0 punts

c. Criteri 3: Missatge, es valorarà el nivell d'adequació de l'impacte del missatge de la campanya i si dona resposta a l'essència del projecte i als conceptes clau dels objectius de comunicació detallats en el punt 2 del brifing annex al quadre de característiques principals de la contractació. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 10 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- Promoure el transport públic com a mesura que garanteix els drets de l'accessibilitat, l'equitat i l'arrelament per lluitar contra el despoblament de les àrees rurals.
- Promoure la integració tarifària, que premiarà la recurrència en l'ús del sistema del transport públic (T-MobCat) i que és pionera a tot el món.
- Visibilitzar que el govern de la Generalitat fa un pas més per consolidar el dret a la mobilitat sostenible i per garantir l'equilibri territorial.
- Com a missatge secundari: Mostrar l'ús del transport públic com un mitjà sostenible i econòmic que ajuda a lluitar contra el canvi climàtic.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Missatge òptim: compleix els 4 requisits	100%	10 punts
Missatge notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	7,5 punts
Missatge correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	5 punts
Missatge amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	2,5 punts
Missatge amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

d. Criteri 4: Disseny i estètica de la campanya de publicitat, es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir, el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 10 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- El disseny de la campanya ha de captar l'atenció del públic objectiu i generar notorietat.
- La tipografia, els colors i tots els elements gràfics han d'aportar originalitat i distinció a la campanya.
- Les imatges o il·lustracions han d'ajudar a transmetre el missatge amb un to que interpel·li al ciutadà i generi impacte.
- El disseny i l'estètica han de facilitar la descodificació i comprensió del missatge.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Disseny i estètica òptims: compleix els 4 requisits	100%	10 punts
Disseny i estètica notables: compleix 3 dels 4 requisits	75%	7,5 punts
Disseny i estètica correctes: compleix 2 dels 4 requisits	50%	5 punts
Disseny i estètica amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	2,5 punts
Disseny i estètica amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

1. To i estil (criteri 5): es valorarà que l'estil de campanya i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats en el punt 4 del brífing annex al quadre de característiques principals de la contractació. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de **5 punts**.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- El to és optimista, fresc i empoderador. És pròxim amb el públic i aflora un sentiment de comunitat.
- És una campanya que interpel·la tots els ciutadans de Catalunya, que aconsegueix que se sentin identificats i beneficiaris de la integració tarifària.
- És una campanya imaginativa i creativa que sorprèn i que mostra Catalunya com un territori pioner en la integració tarifària del transport públic.
- L'estratègia de la campanya té en compte les xarxes socials.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
To i estil òptim: compleix els 4 requisits	100%	5 punts
To i estil notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	3,75 punts
To i estil correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	2,5 punts

To i estil amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	1,25 punts
To i estil amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

Amb l'objectiu de garantir una millor distribució de les puntuacions i afavorir la qualitat de les ofertes presentades, s'aplicarà, a la valoració final dels subcriteris anteriors, la fórmula de puntuació establerta en la Directriu 1/2020 per als criteris o subcriteris sotmesos a judici de valor. Aquesta fórmula només s'aplicarà en el cas que la valoració d'una o de més ofertes en el subcriteri superi el 85% de la valoració que es pugui donar com a màxim. En el cas que cap empresa obtingui una valoració superior al 85% en el subcriteri, la puntuació obtinguda en aquest subcriteri serà igual a la valoració obtinguda.

La fórmula proposada per puntuar els subcriteris sotmesos a judici de valor, sempre que la valoració en el subcriteri d'una o de diverses empreses superi el 85% de la valoració màxima del subcriteri, és:

$$P_{cp} = P_c \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P _{cp} = Puntuació criteri de l'oferta a puntuar P _c = Puntuació màxima del criteri. VT _{op} = Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntua VT _{mv} = Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada.
--

Es considera que aquest llindar del 85% (la Directriu 1/2020 preveu un llindar mínim del 50%) per aplicar la fórmula de puntuació de cada subcriteri, garanteix que només s'apliqui la fórmula de puntuació en el cas que hi hagi ofertes valorades de forma molt positiva en el subcriteri, afavorint per tant la qualitat de les ofertes.

La puntuació mínima a assolir en el sobre B ha de ser de 25 punts. Les empreses que no assoleixin aquest llindar mínim, seran excloses d'aquesta licitació.

Criteris automàtics (sobre C)

Els criteris que s'han de valorar de forma automàtica seran l'experiència professional addicional del director creatiu com a criteri automàtic qualitatiu, i els preus unitaris nets de cadascun dels conceptes que es demanaran a l'oferta econòmica i la millora en el terminis de lliurament del material com a criteris quantitius. La puntuació màxima és de **55 punts**.

Només es valoraran els criteris objectius si la proposta tècnica ha obtingut la puntuació mínima establerta en els criteris sotmesos a judici de valor

1. L'experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva

En aquest criteri es valorarà els anys d'experiència professional addicional del director/a creatiu/iva, partint del requisit mínim de 3 anys que estableix el contracte fins a un **màxim de 6 punts**.

Es valorarà l'increment d'anys d'experiència del/de la director/a creatiu/iva. Aquest increment d'experiència és addicional a l'exigit a l'apartat G.3 del quadre de característiques del PCAP.

El director creatiu serà el professional que liderarà la resta de l'equip que duran a terme les tasques encarregades. És per aquest motiu que considerem que és important que tingui una bona experiència professional atès que això li aportarà major criteri a l'hora de prendre decisions i major capacitat de lideratge i resolució de problemes. Alhora, una major experiència professional li atorgaran un major coneixement de les campanyes que s'han dut a terme en els darrers anys a Catalunya i per tant major coneixement del sector.

Criteri	Puntuació
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 7 anys	6
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 5 anys i inferior a 7 anys	4
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 3 anys i inferior a 5 anys	3
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual a 1 any i inferior a 3 anys	1

Els licitadors pel que fa a aquest criteri objectiu hauran d'acreditar documentalment mitjançant currículum vitae en format Europass, la certesa o veracitat de que s'acompleix aquest fet objectiu. En cas de no aportar aquesta documentació acreditativa d'aquest fet, s'entendrà que no existeix aquest compromís i per tant la puntuació serà de 0 punts respecte a aquest criteri. A més sempre que l'increment no sigui d'un mínim d'un any sencer igualment la puntuació serà de 0 punts.

2. Oferta econòmica

Preus unitaris nets de cadascun dels conceptes que es demanaran a l'oferta econòmica i el % d'honoraris d'agència, amb un **màxim de 40 punts**.

La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Criteri	Puntuació màxima
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat dels espots/vídeos de la campanya	5
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les falques de la campanya	2
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya per al mitjà premsa i exterior estàndard (opis, cartells, banderoles i/o tanques)	2
Preu per a la definició de la idea, conceptualització i creativitat de les peces gràfiques de la campanya especials per al mitjà exterior	1
Preu per a la definició de la idea, conceptualització, i creativitat de les peces de la campanya per al mitjà digital (baners publicitaris estàtics i/o dinàmics/animats i baners per inserció a web corporativa o altres suports de difusió)	3
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a diverses localitzacions exteriors que impliquin desplaçaments a diversos indrets de Catalunya (nivell de complexitat alt)	5
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions exteriors (nivell de complexitat mitjà)	4
Preu per a la producció d'un spot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions dins d'un plató o altres espais interiors	4
Preu per l'adaptació del vídeo original a formats més reduïts	1
Preu per a la producció d'una falca amb 1 veu	2
Preu per a 1 veu/idioma addicional (aranès o altre) en la locució de les falques	1
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior amb sessió fotogràfica	3
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior produït amb imatges d'arxiu o amb il·lustració	2
Preu per a la producció d'un anunci display estàtic per al mitjà digital: baner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.	1

Preu per a la producció d'un anunci animat per al mitjà digital: gif o mp4	1
--	---

Honoraris d'agència, amb un màxim de 3 punts.

10 %	3
------	---

Els licitadors indicaran el percentatge d'honoraris d'agència a aplicar sobre l'import total de cada campanya.

En relació amb aquest criteri s'aplica la fórmula per puntuar l'oferta econòmica establerta a 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.

S'aplicarà la fórmula següent per puntuar l'oferta econòmica:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

P = Punts criteri econòmic

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

IL = Import de Licitació

VP = Valor de Ponderació

La puntuació econòmica s'arrodonirà al segon decimal.

Es proposa que el valor de ponderació (VP) associat al pes específic del criteri preu s'obtingui agregant el pes específic de cada subcriteri preu al valor de ponderació ordinari 1.

La puntuació resultant en aquest apartat serà la suma de les puntuacions parcials obtingudes a cadascun dels criteris.

L'oferta econòmica es presentarà en un quadre a on detallaran els preus unitaris oferts per a cadascun dels conceptes/serveis a prestar, d'acord amb el model annex al plec de clàusules administratives particulars.

3. Temps de lliurament dels materials (proposta creativa i producció dels materials), amb un màxim de 9 punts.

Es valorarà la reducció dels terminis de lliurament des de la petició per part de l'òrgan contractant de la proposta creativa i dels materials respecte als terminis parcials màxims establerts a la clàusula tercera del PPT.

Aquest criteri es considera interessant en el fet que moltes vegades hi ha encàrrecs urgents que estan sotmeses a actes o campanyes sobrevingudes i que el fet de poder tenir els materials en un temps més curt serà molt beneficiós per la Generalitat de Catalunya.

La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Criteri	Puntuació
<p>L'empresa licitadora es compromet a:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lliurament en un termini inferior a 20 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 8 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès, mitjà ràdio i internet. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 5 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès i internet. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. 	9
<p>L'empresa licitadora es compromet a:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lliurament en un termini inferior 25 dies naturals i igual o superior a 20 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en tots els mitjans de comunicació. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 10 dies naturals i igual o superior a 8 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès, mitjà ràdio i internet. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 7 dies naturals i igual o superior a 5 dies naturals des de la data de la comanda per a les campanyes que es difondran en el mitjà imprès i internet. Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. 	5

Les empreses licitadores hauran d'indicar, si s'escau, la seva proposta de millora del termini de lliurament de la proposta creativa i producció dels materials al qual es comprometen per a cada tipologia de campanya (clàusula tercera del PPT). **Aquest criteri és excloent, per tant només s'ha de marcar una de les dues opcions que es proposen al quadre, en el cas que es marqui amb una X les dues opcions el criteri no serà vàlid i per tant es puntuarà amb 0 punts.**

Lot 2 Producció de vídeos

D'acord amb l'article 145 de la LCSP la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació. Aquests criteris d'adjudicació són els següents:

A) Criteris sotmesos a judici de valor (sobre B)

La proposta tècnica es puntuarà amb un màxim de **45 punts**.

Les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica d'acord amb el que s'indica al punt 5 del brífing que consta a l'annex 7. La proposta tècnica requereix elaborar i presentar un vídeo amb les especificacions que consten a l'annex 7.

Els criteris específics de valoració de l'oferta tècnica s'han determinat en 4 paràmetres d'anàlisi tenint en compte la forma que adopta el vídeo (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge) i el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge) i l'experiència professional per tal d'obtenir més grau d'eficiència econòmica, d'eficàcia i de qualitat en l'execució de l'objecte d'aquest contracte.

1. Elements clau: fins a un màxim de 41 punts.

Elements clau (criteris 1 a 3):fins a un màxim de 41 punts.

a. Criteri 1: Idea i concepte creatiu global, es valorarà el grau de notorietat, originalitat en el desenvolupament de la idea, elements d'impacte i adequació a l'objecte de comunicació que es detalla al brífing. Aquest criteri es valorarà amb un màxim de 15 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- Notorietat: el vídeo ha de cridar l'atenció de l'espectador i posar-lo en alerta.
- Originalitat*: ha de ser innovador, no caure en tòpics ni idees ja recurrents.
- Impacte: ha de crear en l'espectador una situació de reflexió i record.
- Adequació: ha de ser identificable amb la idea que es vol incidir, sense ambigüitats.

*NOTA: s'entén per *originalitat* que la proposta, tant pel contingut com per la forma, presenta trets definitoris que la distingeixen de manera clara de qualsevol altre vídeo i que, per tant, no és una còpia ni reproduceix cap vídeo ja existent.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anterior es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Idea i concepte creatiu òptim: compleix els 4 requisits	100%	15 punts
Idea i concepte creatiu notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	11,25 punts
Idea i concepte creatiu correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	7,5 punts
Idea i concepte creatiu amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	3,75 punts
Idea i concepte creatiu amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

b. Criteri 2: Missatge, es valorarà el nivell d'adequació de l'impacte del missatge del vídeo i si dóna resposta a l'essència del projecte i als conceptes clau dels objectius de comunicació detallats en el punt 2 del brífing annex al quadre de característiques principals de la contractació. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 10 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- Posar en valor i donar a conèixer la important **inversió i esforç** que ha fet la Generalitat de Catalunya durant aquests 100 anys per poder tenir a dia d'avui una xarxa de metro tant important i que ha aconseguit unir tota l'àrea metropolitana de Barcelona.
- Posar èmfasi en la **infraestructura** del metro i no tant en el servei. Una infraestructura que ha guanyat en **qualitat, accessibilitat, seguretat i neteja**.
- Conscienciar la població que la mobilitat basada en el carboni i altament contaminant no és **sostenible** i que per tant l'ús del transport públic és la millor opció per mitigar els efectes del canvi climàtic.
- Mostrar la part **humana** del metro, així doncs com una infraestructura que ha servit per cohesionar persones. El metro ens ha permès donar qualitat als barris perifèrics i connectar persones molt diverses.

El missatge del vídeo ha d'estructurat per tal de facilitar la seva comprensió, ha de seguir un fil argumental al llarg del vídeo i generar interès.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Missatge òptim: compleix els 4 requisits	100%	10 punts
Missatge notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	7,5 punts
Missatge correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	5 punts
Missatge amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	2,5 punts
Missatge amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

c. Criteri 3: Disseny i estètica del vídeo, es valorarà l'originalitat, l'impacte i l'integració de la part formal, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, els plans, actors, la producció, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 16 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- La direcció de fotografia ha de captar l'atenció del públic objectiu i generar notorietat. La il·luminació, l'òptica a utilitzar, l'enquadrament, el color, la textura del vídeo són els òptims per obtenir el resultat esperat.
- L'estètica, la tipografia, els colors i tots els elements gràfics han d'aportar originalitat i distinció al vídeo.
- Els actors i/o les imatges que apareguin han d'ajudar a transmetre el missatge amb un to que interpel·li al ciutadà i generi i impacte.
- La producció del vídeo està ben resolta. Els plans de càmera i les transicions han de generar interès i resultar atractius.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Disseny i estètica òptims: compleix els 4 requisits	100%	16 punts
Disseny i estètica notables: compleix 3 dels 4 requisits	75%	12 punts
Disseny i estètica correctes: compleix 2 dels 4 requisits	50%	8 punts
Disseny i estètica amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	4 punts
Disseny i estètica amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

2. To i estil (criteri 4): es valorarà que l'estil del vídeo i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats en el punt 4 del brífing annex al quadre de característiques principals de la contractació. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de **4 punts**.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- El to és dinàmic, emocionant, atrevit, optimista, proper i de col·laboració i/o coresponsabilitat.
- És un vídeo aspiracional, que desperti orgull intern i interès extern.
- És un vídeo imaginatiu i creatiu que sorprèn i que mostra el metro de Barcelona com una infraestructura de Catalunya pionera i en constant creixement i millora.
- El vídeo té en compte la possibilitat d'adaptació a les xarxes socials pel que fa a la duració i el format (1:1 i vertical).

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
To i estil òptim: compleix els 4 requisits	100%	4 punts
To i estil notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	3 punts
To i estil correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	2 punts
To i estil amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	1 punt
To i estil amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

Amb l'objectiu de garantir una millor distribució de les puntuacions i afavorir la qualitat de les ofertes presentades, s'aplicarà, a la valoració final dels subcriteris anteriors, la fórmula de puntuació establerta en la Directriu 1/2020 per als criteris o subcriteris sotmesos a judici de valor. Aquesta fórmula només s'aplicarà en el cas que la valoració d'una o de més ofertes en el subcriteri superi el 85% de la valoració que es pugui donar com a màxim. En el cas que cap empresa obtingui una valoració superior al 85% en el subcriteri, la puntuació obtinguda en aquest subcriteri serà igual a la valoració obtinguda.

La fórmula proposada per puntuar els subcriteris sotmesos a judici de valor, sempre que la valoració en el subcriteri d'una o de diverses empreses superi el 85% de la valoració màxima del subcriteri, és:

$$P_{cp} = P_c \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

<p>P_{cp}= Puntuació criteri de l'oferta a puntuar P_c= Puntuació màxima del criteri. V_TTop= Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntua</p>

VTmv= Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada.

Es considera que aquest llindar del 85% (la Directriu 1/2020 preveu un llindar mínim del 50%) per aplicar la fórmula de puntuació de cada subcriteri, garanteix que només s'apliqui la fórmula de puntuació en el cas que hi hagi ofertes valorades de forma molt positiva en el subcriteri, afavorint per tant la qualitat de les ofertes.

La puntuació mínima a assolir en el sobre B ha de ser de 25 punts. Les empreses que no assoleixin aquest llindar mínim, seran excloses d'aquesta licitació.

B) Criteris automàtics (sobre C)

Els criteris que s'han de valorar de forma automàtica seran l'experiència professional addicional del director creatiu com a criteri qualitatiu, i els preus unitaris nets de cadascun dels conceptes que es demanaran a l'oferta econòmica i la millora en el terminis de lliurament del material com a criteris quantitius. La puntuació màxima és de **55 punts**.

Només es valoraran els criteris objectius si la proposta tècnica ha obtingut la puntuació mínima establerta als criteris sotmesos a judici de valor .

1. L'experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva.

En aquest criteri es valoraran els anys d'experiència addicionals del/de la director/a creatiu/iva, partint del requisit mínim de 3 anys que estableix el contracte, fins a un **màxim de 6 punts**.

Es valorarà l'increment d'anys d'experiència del/de la director/a creatiu/iva. Aquest increment d'experiència és addicional a l'exigit a l'apartat G.3 del quadre de característiques del PCAP.

El director creatiu serà el professional que liderarà la resta de l'equip que duran a terme les tasques encarregades. És per aquest motiu que considerem que és important que tingui una bona experiència professional atès que això li aportarà major criteri a l'hora de prendre decisions i major capacitat de lideratge i resolució de problemes. Alhora, una major experiència professional li atorgaran un major coneixement dels vídeos que s'han dut a terme en els darrers anys a Catalunya i per tant major coneixement del sector.

Criteri	Puntuació
---------	-----------



- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 7 anys	6
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 5 anys i inferior a 7 anys	4
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 3 anys i inferior a 5 anys	3
- Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual a 1 any i inferior a 3 anys	1

Els licitadors pel que fa a aquest criteri objectiu hauran d'acreditar documentalment mitjançant currículum vitae en format Europass la certesa o veracitat de que s'acompleix aquest fet objectiu. En cas de no aportar aquesta documentació acreditativa d'aquest fet, s'entendrà que no existeix aquest compromís i per tant la puntuació serà de 0 punts respecte a aquest criteri. A més sempre que l'increment no sigui d'un mínim d'un any sencer igualment la puntuació serà de 0 punts.

2. Oferta econòmica

Preus unitaris nets de cadascun dels conceptes que es demanaran a l'oferta econòmica, amb un màxim de **40 punts**. La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Criteri	Puntuació màxima
Preu per: creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (2 veus)	8
Preu per: creació i producció d'un vídeo amb gravacions exteriors i locució (1 veu)	8
Preu per: adaptació d'un vídeo a formats propis de les xarxes socials o altres formats (format + duració).	4
Producció d'un vídeo amb imatges d'arxiu o animació (locutat i amb música)	6
Preu per: Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) amb locució (1 veu)	6
Preu per: Creació i producció d'un vídeo tipus gràfic animat (<i>motion graphics</i>) sense locució	4
Preu per: creació i producció d'un vídeo resum d'una acció amb gravació exterior i/o testimonial	2
Preu per fer un (1) canvi en un vídeo ja produït. Ex. afegir subtítols, afegir o canviar caràtules, unir diversos vídeos.	2

En relació amb aquest criteri s'aplica la fórmula per puntuar l'oferta econòmica establerta a 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.

S'aplicarà la fórmula següent per puntuar l'oferta econòmica:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

P = Punts criteri econòmic

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

IL = Import de Licitació

VP = Valor de Ponderació

La puntuació econòmica s'arrodonirà al segon decimal.

Es proposa que el valor de ponderació (VP) associat al pes específic del criteri preu s'obtingui agregant el pes específic de cada subcriteri preu al valor de ponderació ordinari 1.

La puntuació resultant en aquest apartat serà la suma de les puntuacions parcials obtingudes a cadascun dels criteris.

L'oferta econòmica es presentarà en un quadre a on detallaran els preus unitaris oferts per a cadascun dels conceptes/serveis a prestar, d'acord amb el model annex al plec de clàusules administratives particulars.

3. Temps de lliurament dels materials (proposta creativa i producció dels materials), amb un màxim de 9 punts.

Es valorarà la reducció dels terminis de lliurament des de la petició per part de l'òrgan contractant de la proposta creativa i dels materials respecte als terminis parcials màxims establerts a la clàusula tercera del PPT.

Aquest criteri es considera interessant en el fet que moltes vegades hi ha encàrrecs urgents que estan sotmeses a actes o campanyes sobrevingudes i que el fet de poder

tenir els materials en un temps més curt serà molt beneficiós per la Generalitat de Catalunya.

La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Criteri	Puntuació
<p>L'empresa licitadora es compromet a:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lliurament en un termini inferior a 10 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos dels tipus (a), (b), (d) i (e). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 8 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos del tipus (f). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 4 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos dels tipus (c), (h) i (g). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. 	9
<p>L'empresa licitadora es compromet a:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Lliurament en un termini inferior a 15 dies naturals i igual o superior a 10 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos dels tipus (a), (b), (d) i (e). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 10 dies naturals i igual o superior a 8 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos del tipus (f). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. – Lliurament en un termini inferior a 5 dies naturals i igual o superior a 4 dies naturals des de la data de la comanda per als vídeos dels tipus (c), (h) i (g). Els licitadors que no ho ofereixin rebran 0 punts. 	4

Les empreses licitadores hauran d'indicar, si s'escau, la seva proposta de millora del termini de lliurament de la proposta creativa i producció dels materials al qual es comprometen per a cada tipologia de vídeo (clàusula tercera del PPT). **Aquest criteri és exclouent, per tant només s'ha de marcar una de les dues opcions que es proposen al quadre, en el cas que es marqui amb una X les dues opcions el criteri no serà vàlid i per tant es puntuarà amb 0 punts.**

6. Justificació dels criteris d'adjudicació

Segons el que disposa l'article 116.4 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic; en l'expedient s'ha de justificar adequadament l'elecció del procediment i la dels criteris que es tindran en consideració per adjudicar el contracte.

Sobre la base del principi d'igualtat i el principi de transparència, l'elecció del procediment del contracte que ens ocupa es durà a terme per mitjà de procediment obert harmonitzat de conformitat amb el que disposen l'article 156 i següents de la LCSP. S'ha triat aquest procediment perquè es considera que és el que millor assegura l'efectiva concurrència entre les empreses interessades en l'adjudicació del contracte, ja que totes elles poden presentar una proposició i, a més, queda exclosa tota negociació dels termes del contracte amb els licitadors.

Així mateix, i de conformitat amb l'article 145 de la LCSP, s'estableix que "l'adjudicació dels contractes es realitzarà utilitzant una pluralitat de criteris d'adjudicació d'acord amb la millor relació qualitat-preu", i a més a més "la millor relació qualitat-preu s'avaluarà d'acord amb criteris econòmics i quantitius". L'article 146 de la LCSP, que estableix que quan s'utilitzen una pluralitat de criteris d'adjudicació, per a determinar els mateixos, sempre que sigui possible, es donarà preferència a aquells criteris que facin referència a característiques de l'objecte del contracte que poden valorar-se mitjançant xifres o percentatges que s'obtenen per l'aplicació de les fórmules matemàtiques establides en els plecs. Per tant, tenim en compte aquesta reflexió i amb la finalitat de garantir una comparació objectiva del valor relatiu dels licitadors que permeti determinar, en condicions de competència efectiva, quina oferta té la millor relació qualitat preu, els criteris de valoració s'ha prioritzat elements objectius i valorables matemàticament i a més a més el criteri "preu" té un pes molt significatiu donades les característiques d'aquest contracte, on totes les exigències i peculiaritats del mateix s'estableixen clarament en el Plec de prescripcions tècniques (PPT).

Per tant, pel que fa al Lot 1, per tal que l'empresa adjudicatària compti amb l'excel·lència en el camp de la publicitat, tal com es demana, s'apliquen 4 criteris de valor, dos dels quals qualitius –proposta tècnica amb 45 punts i l'experiència professional del director/a creatiu/va amb 6 punts–, i dos de quantitius –el preu amb 40 punts i la reducció dels terminis de lliurament dels encàrrecs amb 9 punts.

La proposta tècnica garanteix que es pugui valorar la qualitat creativa i de producció gràfica que té l'empresa adjudicatària davant l'encàrrec encomanat a l'annex 7.

L'experiència dels professional del director/a creatiu/va assegura la qualitat, el coneixement del sector i el lideratge de l'equip de treball.

Finalment, la reducció de terminis de lliurament dels encàrrecs és imprescindible en un context dinàmic com el nostre, en què sovint les necessitats sorgeixen d'improvís i requereixen una resposta àgil.

En el cas del Lot 2, per tal que l'empresa adjudicatària compti amb l'excel·lència en el camp de la producció de vídeos, tal com es demana, s'apliquen 4 criteris de valor, dos dels quals qualitius –proposta tècnica amb 45 punts i l'experiència professional del director/a creatiu/va amb 6 punts–, i dos de quantitius –el preu amb 40 punts i la reducció dels terminis de lliurament dels encàrrecs amb 9 punts.

La proposta tècnica garanteix que es pugui valorar la qualitat creativa i de producció que te l'empresa adjudicatària davant l'encàrrec encomanat a l'annex 7.

L'experiència dels professional del director/a creatiu/va assegura la qualitat, el coneixement del sector i el lideratge de l'equip de treball.

Finalment, la reducció de terminis de lliurament dels encàrrecs és imprescindible en un context dinàmic com el nostre, en què sovint les necessitats sorgeixen d'improvís i requereixen una resposta àgil.

7. Justificació dels criteris de solvència tècnica, professional, econòmica i financera

Quant a la solvència, l'apartat 1 de l'article 65 de la LCSP disposa que només podran contractar amb el sector públic les persones naturals o jurídiques, espanyoles o estrangeres, que tinguin plena capacitat d'obrar, no estiguin incurses en cap prohibició de contractar i acreditin la seva solvència econòmica i financera i tècnica o professional.

D'altra banda, l'apartat 1 de l'article 74 de la LCSP indica que per subscriure contractes amb el sector públic els empresaris han d'acreditar que compleixen les condicions mínimes de solvència econòmica i financera, i professional o tècnica que determini l'òrgan de contractació. Aquest requisit s'ha de substituir pel de la classificació quan aquesta sigui exigible de conformitat amb el que disposa aquesta Llei.

L'apartat 2 d'aquest article disposa que els requisits mínims de solvència que hagi de reunir l'empresari i la documentació requerida per acreditar-los s'han d'indicar en

l'anunci de licitació i s'han d'especificar en el plec de clàusules administratives particulars del contracte (en endavant, PCAP), han d'estar vinculats al seu objecte i han de ser proporcionals a aquest.

Per altra banda, l'article 76 de la LCSP assenyalava que en els contractes d'obres, de serveis, concessió d'obres i concessió de serveis, així com en els contractes de subministrament que incloguin serveis o treballs de col·locació i instal·lació, es pot exigir a les persones jurídiques que especifiquin, en l'oferta o en la sol·licitud de participació, els noms i la qualificació professional del personal responsable d'executar la prestació. Els òrgans de contractació poden exigir als candidats o licitadors, fent-ho constar en els plecs, que, a més d'acreditar la seva solvència o, si s'escau, classificació, es comprometen a dedicar o adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals o materials suficients per a això. Aquesta adscripció ha de ser raonable, justificada i proporcional a l'entitat i característiques del contracte, de manera que no limiti la participació de les empreses a la licitació.

Al mateix temps, d'acord amb el que preveu l'article 86 de la LCSP, la solvència econòmica i financera i tècnica o professional s'acreditarà mitjançant l'aportació dels documents fixats per l'òrgan de contractació d'entre els previstos en els articles 87 a 91 d'aquesta Llei.

En relació amb la **solvència econòmica i financera**, tenint en compte tant el pressupost base de licitació com el valor estimat del contracte i amb l'objectiu de fer efectiu el principi de no discriminació i igualtat de tracte entre els licitadors, s'ha considerat raonable i proporcionat establir una solvència per la qual els licitadors han d'acreditar disposar d'un volum anual de negoci de l'empresa licitadora referit a l'any de major volum de negoci dels darrers tres anys per un import igual o superior a l'indicat a l'apartat següent, amb l'objectiu de garantir que qualsevol licitador que pretengui presentar una oferta compti amb les garanties necessàries i perquè, arribat el cas, pugui prestar el servei amb total garantia des d'aquest punt de vista. En aquest cas, a més de tractar-se d'una solvència econòmica inferior a una vegada i mitja el valor estimat del contracte, resulta proporcional pel que fa a l'objecte del contracte en relació amb el pressupost base de licitació, de manera que garanteix, des del punt de vista econòmic, la potencialitat suficient per a una correcta execució del contracte.

Per acabar, l'article 90 de la LCSP assenyalava que «en els contractes de serveis, la **solvència tècnica o professional** dels empresaris s'ha d'apreciar tenint en compte els seus coneixements tècnics, eficàcia, experiència i fiabilitat, cosa que s'ha d'acreditar, segons l'objecte del contracte, per un o diversos dels mitjans següents, a elecció de l'òrgan de contractació.» En aquest cas es tindrà en compte:

«a) Una relació 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 se n'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat. Quan li ho requereixin els serveis que depenen de l'òrgan de contractació, els serveis o treballs efectuats s'han d'acreditar mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari, acompanyada dels documents en poder seu que acreditin la realització de la prestació; si s'escau, aquests certificats els ha de comunicar directament a l'òrgan de contractació l'autoritat competent.»

8. Criteris de solvència tècnica, professional, econòmica i financera

Els licitadors hauran de disposar de la suficient solvència econòmica i financera i tècnica o professional següent (articles 87.1 a) i 90.1.a) de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (LCSP).

a) Solvència econòmica i financera

Xifra anual de negocis de l'empresa licitadora en relació al millor exercici dins dels tres darrers anys, per un import igual o superior a:

Lot 1: 180.000,00 €.

Lot 2: 100.000,00 €

L'acreditació de la suficiència d'aquest mitjà de solvència s'ha de fer mitjançant l'aportació dels comptes anuals aprovats i dipositats al Registre Mercantil, si l'empresa està inscrita en aquest registre, i en cas contrari pels dipositats al registre oficial en el qual estigui inscrit. Els empresaris individuals no inscrits al Registre Mercantil han d'acreditar el volum anual de negocis mitjançant els seus llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

En cas de presentar-se a més d'un lot, el volum mínim anual de negoci que l'empresa licitadora ha d'acreditar és la suma dels imports mínims de solvència econòmica exigida per cada lot pel qual liciti.

b) Solvència tècnica i professional

En relació amb la solvència tècnica o professional, d'acord amb el que disposa l'article 90.1.a) LCSP: Relació dels principals serveis o treballs realitzats d'igual o similar

naturalesa als que constitueixen l'objecte del contracte executats durant els darrers tres anys que inclogui: import, dates i destinatari, públic o privat. L'import en l'any de més execució d'aquest període haurà de ser, com a mínim, de:

Lot 1: 220.000,00 €.

Lot 2: 70.000,00 €

Els serveis o treballs efectuats s'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyada de la documentació de què disposi que acrediti la realització de la prestació.

En cas de presentar-se a més d'un lot, l'import anual que l'empresa ha d'acreditar com executat durant l'any de major execució dels últims tres anys, en treballs d'igual o similar naturalesa que els de l'objecte dels lots a què es vulgui presentar, és la suma dels imports mínims de solvència tècnica de cada un dels lots als quals es presenti.

c) Adscripció o dedicació de mitjans personals i materials a l'execució del contracte

A més de la solvència determinada, s'han d'adscriure o dedicar a l'execució del contracte els mitjans personals exigits a continuació, amb el caràcter d'obligació contractual essencial als efectes de l'article 211 de la LCSP:

LOT 1:

- Director/a creatiu/iva, que ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars i les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- Director/a d'art i copy, que ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Serà responsable de la creativitat de les campanyes i del seu contingut.
- Executiu/va de comptes, que ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. S'haurà de coordinar amb els responsables de comunicació i difusió del Departament i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.

- Dissenyador/a gràfic/a, que ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Suport creatiu i disseny de les peces gràfiques.

Tota l'experiència laboral exigida ha de ser acreditada mitjançant la presentació del currículum vitae en format Europass individualment per a cada persona.

D'acord amb l'apartat 16 del PCAP d'aquest contracte, és necessari incloure en el sobre A la declaració responsable conforme l'empresa es compromet a adscriure a l'execució dels contractes els mitjans personals exigits en aquest apartat. Aquesta declaració ha de ser genèrica per tots els mitjans exigits. Únicament el proposat com adjudicatari haurà d'acreditar amb l'aportació de la documentació esmentada anteriorment, l'acreditació de l'acompliment de l'adscripció de mitjans.

LOT 2:

- Director/a creatiu/iva, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars i les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització del vídeo, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- Director/a d'art i copy, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Responsable de la creativitat del vídeo del seu contingut.
- Executiu/va de comptes, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. S'haurà de coordinar amb els responsables de comunicació i difusió del Departament i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Dissenyador/a gràfic/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Suport creatiu i disseny del vídeo
- Director/a de fotografia, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Coordinarà la càmera i els equips d'il·luminació i és el responsable de prendre decisions artístiques i tècniques relacionades amb la imatge.

- Realitzador/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Coordinarà tots els aspectes tècnics del vídeo.
- Productor/a, el qual ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars. Encarregat de l'organització del rodatge i de controlar totes les despeses que es generen.

Tota l'experiència laboral exigida ha de ser acreditada mitjançant la presentació del currículum vitae en format Europass individualment per a cada persona.

D'acord amb l'apartat 16 del PCAP d'aquest contracte, és necessari incloure en el sobre A la declaració responsable conforme l'empresa es compromet a adscriure a l'execució dels contractes els mitjans personals exigits en aquest apartat. Aquesta declaració ha de ser genèrica per tots els mitjans exigits. Únicament el proposat com adjudicatari haurà d'acreditar amb l'aportació de la documentació esmentada anteriorment, l'acreditació de l'acompliment de l'adscripció de mitjans.

9. Condicions especials d'execució

D'acord amb l'article 202.1 de la LCSP, es proposa com a condició especial d'execució del contracte, que l'empresa contractista, en el desenvolupament de la prestació, no utilitzi llenguatge sexista en cap documentació escrita ni visual relacionada amb el contracte i que vetllarà perquè hi hagi la màxima paritat possible entre el personal que treballi per desenvolupar els encàrrecs d'aquest contracte.

L'empresa adjudicatària del contracte, en el termini d'un mes a partir de la data de formalització del contracte haurà de presentar una declaració responsable conforme s'ha aconseguit la màxima paritat possible entre el personal que treballarà en el contracte.

L'incompliment d'aquesta condició comportarà, la penalització econòmica que no podrà excedir del 10% del preu del contracte i com a màxim acumulat el 50% del preu del contracte, i que s'efectuarà mitjançant retenció en la factura corresponent fins el seu lliurament.

10. Coordinació d'activitats empresarials

El contracte implica la presència física, puntual o continuada, de personal aliè als centres de treball del Departament?

NO

Per delegació

Resolució TER 285/2023

DOGC 8849 de 7/02/2023

La directora de Serveis

Teresa Prohias i Ricart

Signat electrònicament