

INFORME JUSTIFICATIU PER LA REALITZACIÓ D'UN EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ

DADES DE LA CONTRACTACIÓ

Unitat promotora: **Departament de comunicació i màrqueting**

Tipus de contracte: **Serveis**

Número d'expedient: **TNC-2025-37**

Procediment: **Restringit**

Contractació de la creació de les campanyes de comunicació de les temporades 2025-2026 i 2026-2027 del Teatre Nacional de Catalunya, SA

Valor estimat del contracte (VEC): **213.670 €** (sense IVA)

Calendari	Temporada 2025–26			Temporada 2026–27		
	Any 2025		Any 2026			Any 2027
	Maig (presentació temporada)	Setembre – desembre (dia a dia)	Gener – agost (dia a dia)	Maig (presentació temporada)	Setembre – desembre (dia a dia)	Gener – agost (dia a dia)
Import serveis	57.100 € *	24.635 €	25.100 €	57.100 € *	24.635 €	25.100 €
Total temporada	106.835 €			106.835 €		
Total anual	81.735 €		106.835 €			25.100 €
VEC	213.670 €					

* L'import dels serveis corresponent a maig de 2025 i maig de 2026 comprèn la realització d'una campanya XL + 3 vídeos making of d'espectacle / reportatge o càpsules d'activitats al TNC.

Els preus unitaris màxims s'han calculat tenint en compte els preus de les licitacions anteriors amb l'ajustament a les disponibilitats pressupostàries del Departament de comunicació i màrqueting.

Temporada 2025 – 2026

S'estima un import total de **106.835 €** per a la temporada 2025 – 2026, corresponent als serveis següents:

- 1 campanya XL de presentació de temporada: 55.000 € / unitat. Aquesta xifra inclou el concepte creatiu i la direcció d'art, així com tots els recursos tècnics i humans per obtenir els materials necessaris per presentar una temporada (fotografies, vídeos i peces gràfiques, amb les adaptacions a formats online i offline).
- 3 campanyes L: 2.700 € / unitat
- 7 campanyes M: 900 € / unitat
- 6 campanyes S: 660 € / unitat
- 11 campanyes XS: 450 € / unitat
- Altres peces gràfiques puntuals: 1.575 €

Així mateix, s'ha inclòs en l'import total per temporada la producció i realització del material audiovisual següent, que pot acompanyar cadascuna de les tipologies de campanya, d'acord amb les necessitats de comunicació del teatre:

- 7 packs de vídeo espectacle/vídeo institucional: 1.700 € / unitat.
- 14 vídeos de making of d'espectacles / reportatge o càpsules d'una activitat del TNC: 700 € / unitat
- 15 vídeos d'edició i adaptacions de material audiovisual que no requereix rodatge: 350 € / unitat

Temporada 2026 – 2027

S'estima un import total de **106.835 €** per a la temporada 2026–2027, corresponent al mateix nombre i tipologia de serveis especificats per a la temporada 2025–2026.

El contingut i abast de cadascuna de les tipologies de campanya, peces gràfiques, packs i vídeos s'estableixen al plec de prescripcions tècniques (PPT).

Import total estimat sense IVA: 213.670 €
IVA aplicable (21%): 44.870,70 €
Pressupost base de licitació (IVA inclòs): 258.540,70 €

Distribució de les anualitats

Any 2025: 81.735 € (sense IVA)
Import IVA (21%):..... 17.164 €
Import total IVA inclòs..... 98.899 € (IVA inclòs)

Any 2026: 106.835 € (sense IVA)
Import IVA (21%):..... 22.435,35 €
Import total IVA inclòs..... 129.270 € (IVA inclòs)

Any 2027: 25.100 € (sense IVA)
Import IVA (21%):..... 5.271 €
Import total IVA inclòs..... 30.371 € (IVA inclòs)

Només es facturaran els serveis efectivament sol·licitats i executats d'acord amb els preus unitaris d'adjudicació. En aquest sentit, el pressupost base de licitació s'ha d'entendre com el límit màxim de despesa que l'òrgan de contractació pot comprometre en virtut del contracte.

Partida pressupostària: 0114080203, 0408011503 i 0408040103

TERMINI D'EXECUCIÓ

Des de l'1 de maig de 2025, o des de la data de signatura del contracte si és anterior, fins al 31 d'agost de 2027.

PRÒRROGUES

- ☐ Sí
☒ NO

IMPORTS, LOTS I DATES

IMPORT

- ☐ PREU FET
☒ PREUS UNITARIS: Preus segons tarifari.
☐ PREU variable (honoraris, tarifes, cànons...)

DIVISIÓ EN LOTS

- ☐ Sí
☒ NO, per la naturalesa o objecte del contracte no s'escau la divisió en lots
☒ NO perquè dificulta l'execució correcta des del punt de vista tècnic
☐ NO perquè genera risc en implicar la necessitat de coordinar l'execució de les diferents prestacions

MANCA DE RECURSOS PROPIS

- ☒ Sí: NO es disposen recursos propis a l'empresa per realitzar l'objecte del contracte.
☐ No

OBJECTE

L'objecte del contracte és la creació, el disseny, la producció i la realització dels materials necessaris per a la campanya general de presentació de les temporades 2025-2026 i 2026-2027 del TNC, així com la posterior adaptació d'aquest concepte gràfic a les campanyes de cadascun dels espectacles a mesura que es vagin estrenant durant la temporada.

També formen part de l'objecte del contracte la realització dels vídeos promocionals de cadascun dels espectacles que ho requereixin, així com les adaptacions de tràilers proporcionats per les companyies. El contracte inclou, així mateix, la realització d'altres tipologies de vídeo (institucionals, reportatges d'activitat del TNC o similars).

Finalment, l'objecte comprèn altres campanyes puntuals de poca envergadura, peces gràfiques i/o d'animació, i projectes editorials puntuals vinculats a les necessitats comunicatives del teatre, en cas que resultin necessaris durant la temporada.

JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT A SATISFER

El TNC és una institució cultural pública creada per contribuir al creixement cultural del país mitjançant les arts escèniques i, com a conseqüència lògica, necessita realitzar campanyes de comunicació per donar a conèixer la seva activitat al públic.

Les campanyes de comunicació tenen un objectiu doble: ajudar a la venda d'entrades i d'abonaments dels espectacles i, al mateix temps, contribuir a la projecció de la imatge institucional del TNC com a servei públic (servei educatiu i social, activitats i continguts relacionats amb el teatre, etc.).

Per aquesta raó, es fa necessari un tractament global de la conceptualització i posterior adaptació en els diversos formats i llenguatges que s'utilitzin en la comunicació del TNC. Cal que les campanyes tinguin una coherència gràfica i conceptual en tots i cadascun dels seus suports (fotografies, vídeos, imatges, grafisme, anuncis, etc.).

LLOC DE LLIURAMENT/PRESTACIÓ DEL SERVEI

- ☒ BARCELONA
☐ ALTRES

MODIFICACIONS CONTRACTUALS

- ☐ Sí
☒ NO

CRITERIS PER ACREDITAR LA SOLVÈNCIA

SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

La solvència econòmica i financera de l'empresari s'ha d'acreditar **pels mitjans següents**:

☒ Declaració sobre el volum global de negocis referit a cadascun dels tres últims exercicis disponibles (2022, 2023, 2024). La solvència econòmica i financera s'entendrà acreditada si, en l'any de major execució, el licitador ha obtingut un volum global de negocis igual o superior a **137.360 euros**.

SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

S'apreciarà tenint en compte els coneixements tècnics, eficàcia, experiència i fiabilitat del licitador. A aquests efectes, la solvència tècnica o professional s'ha d'acreditar, acumulativament, a través dels mitjans següents:

☒ Una relació dels principals serveis o treballs realitzats els últims tres anys que inclogui import, dates i destinatari, públic o privat, d'aquests. 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. Si manquen els certificats, és possible aportar una declaració signada per l'empresari.

La solvència tècnica o professional s'entendrà acreditada si, en l'any de major execució, el licitador ha executat serveis iguals o similars als que són objecte del contracte per un import igual o superior a **64.100 euros**.

☒ Indicació de la part del contracte que l'empresari té eventualment el propòsit de subcontractar.

CONDICIONS D'ADSCRIPCIÓ DE MITJANS PERSONALS AL CONTRACTE

☐ NO

☒ Sí: Obligació d'adscriure a l'execució del contracte el perfil per a la coordinació, direcció d'art i supervisió final de totes les campanyes i els diversos elements comunicatius, amb una experiència mínima en el desenvolupament d'aquestes tasques de 5 anys. Aquesta condició s'acreditarà mitjançant l'aportació d'un CV anonimitzat del professional assignat.

PROCEDIMENT DE LICITACIÓ

Restringit. El procediment restringit permet al TNC seleccionar un nombre limitat d'empreses candidates per a la presentació d'ofertes detallades. Aquest procediment es compon de dues fases:

- **Fase de selecció (FASE 1):** En aquesta fase, les empreses interessades han de presentar la seva sol·licitud de participació i la documentació requerida per demostrar la seva capacitat tècnica i econòmica. El TNC avaluarà les sol·licituds i seleccionarà fins a un màxim de 5 empreses que compleixin els requisits establerts.
- **Fase d'adjudicació (FASE 2):** Les empreses seleccionades en la fase anterior seran convidades a presentar les seves ofertes detallades. El TNC avaluarà aquestes ofertes d'acord amb els criteris informats als plecs i adjudicarà el contracte al licitador que hagi presentat la millor oferta relació qualitat – preu.

CONTINGUT I ESTRUCTURA DE L'OFERTA

FASE 1 (Presentació d'ofertes per a selecció)

Les empreses licitadores han de lliurar un document PDF que incorpori un llistat amb enllaços sobre treballs realitzats els últims 5 anys i que s'ajusti al contingut dels criteris següents:

1. Experiència en campanyes publicitàries globals

Cal incloure al llistat, com a mínim, 2 campanyes realitzades per a un anunciant vinculat a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera). S'entén com a "campanya publicitària global" l'estratègia i la creativitat d'una acció o conjunt d'accions específicament dissenyada i executada en diferents mitjans i suports. Les campanyes han d'incloure l'entorn digital, l'audiovisual i la impressió.

Cal lliurar un llistat de les campanyes globals que incorpori les dades següents: nom del client, data de la campanya i suports comunicatius realitzats. Imprescindible adjuntar una mostra (enllaç de descàrrega tipus wetransfer, web, núvol, etc.).

2. Experiència en disseny gràfic

S'entén com a "disseny gràfic" la realització d'una o diverses peces de comunicació gràfica com per exemple cartells, papereria, fulletons, anunci premsa, banners, gràfica aplicada a espais, merchandising, infografia, etc.

Caldrà lliurar un llistat de les peces de disseny gràfic amb el detall de: nom del client i data de realització. Imprescindible adjuntar una mostra (enllaç de descàrrega tipus wetransfer, web, núvol, etc.).

3. Experiència en projectes audiovisuals

Cal incloure al llistat, com a mínim, 2 experiències en projectes audiovisuals realitzades per a un anunciant vinculat a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera). S'entén com a "projectes audiovisuals" la realització i/o coordinació de vídeos: proposta creativa, producció, realització, editatge i postproducció.

Caldrà lliurar un llistat dels projectes audiovisuals amb el detall de: nom del client i data de realització. Imprescindible adjuntar una mostra (enllaç de descàrrega tipus wetransfer, web, núvol, etc.).

4. Experiència en projectes editorials

S'entén com a "projectes editorials" el disseny i la maquetació de: llibres, catàlegs, revistes, dossiers, manuals, etc.

Caldrà lliurar un llistat dels projectes editorials amb el detall de: nom del client i data de realització. Imprescindible adjuntar una mostra (enllaç de descàrrega tipus wetransfer, web, núvol, etc.).

FASE 2 (Restringida)

Les empreses seleccionades han de lliurar una memòria tècnica d'un màxim de 15 pàgines en format PDF amb els enllaços necessaris al material gràfic i audiovisual sol·licitat (màxim 100 MB en total). La memòria tècnica s'ha d'ajustar al guió i als continguts següents:

1. Trajectòria i metodologia

- a. Trajectòria de l'empresa/es
- b. Experiència en clients d'entitats del sector públic
- c. Experiència en projectes d'arts escèniques
- d. Identificació dels professionals (amb CV anonimitzat) que cobriran cadascuna de les tasques següents al TNC:
 - i. Coordinació, direcció d'art i supervisió final de totes les campanyes i els diversos elements comunicatius.
 - ii. Conceptualització, creació i direcció d'art
 - iii. Planificació i timings de producció
 - iv. Realització i postproducció de fotografies
 - v. Realització i postproducció de vídeos
 - vi. Disseny gràfic de materials
- e. Metodologia de treball i disponibilitat.

2. Presentació de 2 campanyes publicitàries globals vinculades a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera) realitzades sota la coordinació i direcció d'art de l'empresa licitadora.

S'entén com a "campanya publicitària global" l'estratègia i la creativitat d'una acció o conjunt d'accions específicament dissenyada i executada en diferents mitjans i suports. Les campanyes han d'incloure l'entorn digital, l'audiovisual i la impressió.

Breu explicació dels aspectes artístics i conceptuals de la proposta:

- a. Missatge
 - b. Capacitat d'impacte visual i notorietat
 - c. Nivell d'adaptabilitat de la proposta creativa a diferents tipus de suport (digital, imprès, audiovisual...)
3. Presentació del portafolis professional, incloent totes aquelles feines realitzades per l'empresa licitadora i/o col·laboradors que es considerin notòries i/o afins a l'estratègia comunicativa del TNC, d'acord amb el punt 3 del PPT.

FASE 1. CRITERIS DE SELECCIÓ

Es seleccionaran 5 licitadors que obtinguin la millor puntuació, fins a un màxim de 60 punts, d'acord amb els criteris següents:

1. Experiència en campanyes publicitàries globals (online i offline). Màxim 15 punts:

- a) Haver realitzat de 0 a 4 campanyes publicitàries globals: 0 punts
- b) Haver realitzat de 5 a 7 campanyes publicitàries globals: 5 punts
- c) Haver realitzat de 8 a 10 campanyes publicitàries globals: 10 punts
- d) Haver realitzat més de 10 campanyes publicitàries globals: 15 punts

Només es puntuarà en aquest apartat si, com a mínim, 2 de les campanyes publicitàries globals presentades s'han realitzat per a un anunciant vinculat a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera).

2. Experiència en disseny gràfic (peces de disseny gràfic com per exemple cartells, papereria, fulletons, anunci premsa o banners, gràfica aplicada a espais, merchandising, infografia, etc.) Màxim 15 punts:

- a) Haver realitzat de 0 a 15 peces de disseny gràfic: 0 punts
- b) Haver realitzat de 16 a 20 peces de disseny gràfic: 5 punts
- c) Haver realitzat de 21 a 25 peces de disseny gràfic: 10 punts
- d) Haver realitzat més de 25 peces de disseny gràfic: 15 punts

3. Experiència en la realització i/o coordinació en projectes audiovisuals (vídeos: proposta creativa, producció, realització, editatge i postproducció). Màxim 15 punts:

- a) Haver realitzat de 0 a 5 projectes audiovisuals: 0 punts
- b) Haver realitzat de 6 a 10 projectes audiovisuals: 5 punts
- c) Haver realitzat d'11 a 15 projectes audiovisuals: 10 punts
- d) Haver realitzat més de 15 projectes audiovisuals: 15 punts

Només es puntuarà en aquest apartat si, com a mínim, 2 de les experiències en realització i/o coordinació en projectes audiovisuals s'han realitzat per a un anunciant vinculat a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera).

4. Experiència en projectes editorials (llibres, catàlegs, revistes, dossiers, manuals, etc.). Màxim 15 punts:

- a) Haver realitzat de 0 a 5 projectes editorials: 0 punts
- b) Haver realitzat de 6 a 10 projectes editorials: 5 punts
- c) Haver realitzat d'11 a 15 projectes editorials: 10 punts
- d) Haver realitzat més de 15 projectes editorials: 15 punts

Únicament seran seleccionades aquelles empreses que obtinguin una puntuació mínima de 5 punts en cadascun dels criteris de selecció anteriors. En aquest cas, la seva sol·licitud de participació no serà seleccionada per passar a la Fase 2 (restringida).

FASE 2. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

A) CRITERIS AVALUABLES D'ACORD AMB FÓRMULES AUTOMÀTIQUESFINS A 30 PUNTS

Formula aplicable: La fórmula que s'aplicarà per calcular la puntuació serà la següent:

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

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 (el VP és = 1,3).

Els preus establerts a la taula (tarifari) es valoraran individualment aplicant la fórmula anterior a cadascun.

CAMPANYES DE COMUNICACIÓ	Preu unitari màxim sense IVA	Preu unitari màxim amb IVA	Puntuació
CAMPANYA XL	55.000€	66.550€	10
CAMPANYA L	2.700€	3.267€	3
CAMPANYA M	900€	1.089€	3
CAMPANYA S	660€	798,6€	1
CAMPANYA XS	450€	544,5€	1

MATERIALS AUDIOVISUALS	Preu unitari màxim sense IVA	Preu unitari màxim amb IVA	Puntuació
Pack vídeo espectacle / Vídeo institucional	1.700€	2.057€	3
Vídeo making of d'espectacle / reportatge o càpsules d'una activitat del TNC o similar	700€	847€	3
Vídeo d'edició i adaptacions de material audiovisual que no requereix rodatge	350€	423,5€	1

ALTRES CAMPANYES I/O PECES GRÀFIQUES I/O PROJECTES EDITORIALS PUNTUALS	Preu unitari màxim sense IVA	Preu unitari màxim amb IVA	Puntuació
Creativitat, disseny i adaptació a elements comunicatius per a campanya puntual de poca envergadura (activitats, serveis, altres)	500€	605€	0,5
Disseny d'element d'informació puntual del teatre (cartell / roll up / photocall)	180€	217,8€	0,5
Dossier / plantilla presentació projectes	300€	363€	0,5
Memòria general de la temporada (inclou gràfics).	1.450€	1.754,5€	0,5

Gràfic / infografia / animació tipogràfica / animació cartel·les	200€	242€	0,5
Imatges/pictos pel web (pack de 3)	50€	60,5€	0,5
Asset puntual per a comunicació digital (disseny de banner o imatge adaptada a xxss o imatge per e-mail màrqueting / comunicació web)	75€	90,75€	0,5
Maquetació llibre tema puntual 1 a 50 pàg	780€	943,8€	0,5
Maquetació llibre 51 a 250 pàg.	1.920€	2.323,2€	0,5
Disseny col·lecció llibres (portades + model pàgines interiors) (6 volums aprox.)	4.000€	4.840€	0,5

B) CRITERIS AVALUABLES EN BASE A JUDICIS DE VALOR.....FINS A 70 PUNTS

Formula aplicable: La fórmula que s'aplicarà per calcular la puntuació serà la següent:

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

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

B.1 Trajectòria i metodologia

20

Es valorarà d'acord amb els criteris següents:

- Trajectòria de l'empresa/es. Fins a 2 punts.**
Es valorarà la trajectòria professional de l'empresa/es. Es tindran en compte els premis i reconeixements obtinguts pel licitador en execució de tasques similars a l'objecte del contracte.
- Experiència en clients d'entitats del sector públic. Fins a 2 punts.**
Es valorarà l'experiència amb institucions de caràcter similar al TNC.
- Experiència en projectes d'arts escèniques. Fins a 2 punts.**
Es valorarà l'experiència en projectes vinculats a les arts escèniques.
- Recursos humans destinats al TNC amb CV anonimitzats. Fins a 12 punts**
Es valorarà que els perfils i trajectòries professionals oferts s'adeqüin a les necessitats i valors del TNC.
Es valorarà que l'oferta identifiqui un professional amb l'experiència i el perfil idonis per a cadascuna de les tasques especificades a l'apartat 4 del PPT:

i. Coordinació, direcció d'art i supervisió final de totes les campanyes i els diversos elements comunicatius. ii. Conceptualització, creació i direcció d'art iii. Planificació i timings de producció iv. Realització i postproducció de fotografies v. Realització i postproducció de vídeos vi. Disseny gràfic de materials e) Metodologia de treball i disponibilitat. Fins a 2 punts. Es valorarà que la proposta s'adeqüi perfectament a l'operativa i volum de treball del TNC, d'acord amb l'apartat 3.5 del PPT. Es valorarà la disponibilitat de l'empresa licitadora per donar atenció al TNC fora de l'horari mínim establert a l'apartat 4 del PPT.	
B.2 Presentació de 2 campanyes publicitàries globals vinculades a les arts escèniques (teatre, circ, dansa i òpera) Es valorarà d'acord amb els criteris següents: a) Reconeixement del missatge. Fins a 5 punts. Es valorarà el reconeixement de missatge i que s'adapti a les necessitats de difusió i al context sociocultural. b) Capacitat d'impacte visual i notorietat. Fins a 10 punts. Es valorarà que la proposta tingui un gran atractiu visual amb capacitat de destacar i ser memorable. c) Nivell d'adaptabilitat de la proposta creativa a diferents tipus de suport. Fins a 5 punts. Es valorarà que la proposta tingui la capacitat de mantenir la coherència i l'impacte necessaris en diferents tipus de formats i entorns (digital, imprès, audiovisual).	20
B.3. Presentació del portafolis professional Es valorarà d'acord amb els criteris següents: a) Adequació de l'estil i de la tècnica professional als criteris de qualitat del TNC. Fins a 20 punts. b) Nivell d'originalitat i creativitat. Fins a 10 punts. S'atorgarà la màxima puntuació a aquell licitador que ofereixi aspectes estètics, de qualitat, rigor i versatilitat en el seu treball professional que més s'ajustin als criteris de qualitat del TNC i s'adeqüin a la missió i valors del TNC, així com als objectius de temporada i de màrqueting establerts a la prescripció 3 del PPT.	30

TERMINI DE GARANTIA DEL CONTRACTE

☐ Sí

☒ NO, per la naturalesa del contracte

RÈGIM DE PAGAMENTS (es podrà motivar en fase posterior)

- ☐ PAGAMENT ÚNIC
☒ PAGAMENT FRACCIONAT: Pagaments mensuals.

SUBCONTRACTACIÓ DEL CONTRACTE

- ☐ NO
☒ Sí: Les tasques que NO es podran subcontractar són les que corresponen a la interlocució final amb el TNC en temes de coordinació, direcció d'art i supervisió final de totes les campanyes i els diversos elements comunicatius.

CESSIÓ DEL CONTRACTE:

- ☐ Sí
☒ NO

ALTRES DADES D'INTERÈS (se'n pot marcar una o més, o totes)

- ☒ PROPIETAT INTEL·LECTUAL
☒ DEURE DE GUARDAR SECRET
☒ CLÀUSULES DE CONFIDENCIALITAT
☒ CLÀUSULES DE PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

La Responsable de la unitat promotora,

Vania Rosell
Departament de Comunicació i Màrqueting
Teatre Nacional de Catalunya

Barcelona, 4 de febrer de 2025