

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DELS CRITERIS D'ADJUDICACIÓ AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

Núm. expedient: ACT-2025-19

Objecte contracte:

L'objecte del contracte és l'assessorament, la conceptualització, organització i l'execució de l'experiència gastronòmica Som Gastronomia Tour, entès com un seguit de presentacions orientades a públic professional –operadors, premsa, influencers i altres prescriptors– amb un component tecnològic i innovador de turisme enogastronòmic. L'objecte del contracte també inclourà el disseny, la producció, la decoració, el muntatge i desmuntatge, el transport i la supervisió de tots aquells elements necessaris per posar en marxa les presentacions d'aquesta experiència gastronòmica.

EMPRESSES LICITADORES ADMESES

Les empreses que han presentat oferta a la licitació i que inicialment han estat admeses una vegada revisada la documentació administrativa (sobre A) són les següents:

1. Iniciativa Events S.L.
2. R.P. SL INTERPROFIT
3. Hotel Villa Retiro SL
4. INTERFACE TOURISM SPAIN S.L.
5. PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU
6. Tower Bridge SL

PROCEDIMENT DE VALORACIÓ I PUNTUACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR (SOBRES B)

La valoració de la proposta tècnica (sobres B) s'ha fet seguint els criteris d'adjudicació avaluables mitjançant un judici de valor establerts a la memòria justificativa i al quadre de característiques del contracte del plec de clàusules administratives particulars (PCAP).

D'acord amb el que es detalla en els apartats corresponents d'aquests dos documents, un cop efectuada la valoració de cadascun dels criteris d'adjudicació s'ha comprovat si almenys una de les propostes supera el valor determinat –llindar mínim de valoració– dels criteris indicats de forma independent:

1. Si almenys una de les propostes supera el llindar mínim de valoració, d'acord amb els barems establerts, per cadascun dels criteris a valorar de forma independent, s'ha aplicat la següent fórmula per obtenir les puntuacions de l'oferta que permetrà assignar la màxima puntuació a l'oferta millor valorada en cadascun d'aquests criteris:

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

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

2. Si en algun criteri cap de les propostes ha superat el llindar mínim de valoració, s'ha considerat que la puntuació a atorgar en aquell criteri és el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes:

$$P_{op} = VT_{op}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua

VALORACIÓ DE LES OFERTES

2. Criteri Conceptualització i desenvolupament del programa de l'experiència gastronòmica (fins a un màxim de 20 punts)

Definició del criteri: Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació, les empreses licitadores hauran de presentar una proposta de programa mitjançant una memòria descriptiva on es presentin tots els recursos pel desenvolupament de la presentació i de l'experiència gastronòmica.

Es valorarà:

2.1 Que la proposta segueixi les noves tendències en l'enogastronomia, entenent com a tal com s'ha revolucionat aquest àmbit des de la innovació i la creativitat –xefs amb estrella (també els nous talents) que exploren noves tècniques, textures i combinacions– però també com la tradició – 7 segles del “Sent Soví”–, la que ens parla del territori, del producte autòcton de qualitat, dels productors catalans, dels cuiners i cuineres, i també d'experiències gastronòmiques que ens fan viure la gastronomia des del viatge (fins a 10 punts).

2.2 Que la presentació sigui original i innovadora, que busquin trencar amb els actes convencionals (fins a 10 punts).

	2.- Criteri Conceptualització i desenvolupament del programa de l'experiència gastronòmica (20 punts)		TOTAL
	2.1 Que la proposta segueixi les noves tendències en l'enogastronomia (10 punts)	2.2 Que la presentació sigui original i innovadora (10 punts)	
1. Iniciativa Events S.L.	8	6	14
2. R.P. SL INTERPROFIT	7	9	16
3. Hotel Villa Retiro SL	10	8	18
4. INTERFACE TOURISM SPAIN S.L	6	5	11
5. PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU	7	7	14
6. Tower Bridge SL	4	6	10

INICIATIVA EVENTS SL.

Criteri 2.1. Han presentat una proposta que compleix els criteris marcats, tot i que en el cas de la innovació i la creativitat només es reflecteix en la proposta de xefs (estrellats i que fan cuina innovadora i creativa) en què han buscat la connexió gastronòmica entre els xefs i les ciutats on es farà la presentació, però no es reflecteix en el global de l'esdeveniment. Pel que a nous talents, només s'inclou dos nous talents del total de 4 xefs proposats pels esdeveniments. S'atorguen 8 punts.

Criteri 2.2. La proposta no es pot considerar original o innovadora ja que no inclou experiències o activitats més enllà de les paradetes de producte incloses als plecs. L'únic element que es

presenta que trenca amb els actes convencionals és l'escenari circular, la resta de propostes són semblants a les d'un acte convencional. S'atorguen 6 punts.

R.P. SL INTERPROFIT

Criteri 2.1. L'empresa ha presentat una proposta innovadora i creativa, vinculada a la taula de la nova campanya "Bon profit" amb elements innovadors com convertir les paradetes en *selfie points*, introduint l'efecte sorpresa a través de la cortina/gobo que dona pas a la zona acull, sorteiant els seients per les taules imperials de l'experiència gastronòmica i proposant un menú vinculat al Tasta el Grand Tour de Catalunya. Inclou a la proposta la participació de xefs estrellats però no es proposen nous talents. La proposta manca d'una major vinculació amb la tradició, perquè tot i que les paradetes inclouen productes tradicionals, falta més detall a la proposta d'experiència gastronòmica a través de la degustació dels plats. Les experiències gastronòmiques proposades fan viure la gastronomia des del viatge, ja que cada taula imperial estarà vinculada amb una temàtica diferent: viure un Vermut amb amics, un dinar familiar o un sopar Michelin. S'atorguen 7 punts.

Criteri 2.2. La presentació és original i innovadora, utilitzant "la taula" com a protagonista de l'esdeveniment va derivant cada un dels espais de les 3 paradetes creant un fil argumental durant tot l'acte, tant a la zona acull com a l'experiència gastronòmica.

També trenca amb els actes convencionals ja que proposa diversos formats per a cada un dels espais, inclou la figura del dinamitzador per a cada un dels espais (acull i experiència gastronòmica) així com altres propostes com el sorteig dels seients a les taules imperials. No inclou programa amb horaris detallats de l'acte. S'atorguen 9 punts.

HOTEL VILLA RETIRO SL

Criteri 2.1. L'empresa ha presentat una proposta basada en el concepte "Catalunya Arrels i Futur" en què l'arbre esdevé una metàfora on les Arrels representen el producte i s'ubiquen a la zona "Acull", el Tronc representa la tradició i s'ubica a la zona de "Showcooking" i les Fulles representen la innovació i s'ubiquen en l'espai del menú degustació. El fil conductor distribueix l'acte en 3 espais, en els quals hi participen un duo de xef estrellat amb un nou talent diferent a cada ciutat. La proposta posa en valor la tradició vinculada al producte agroalimentari i a la cuina tradicional i ho fa a través de les parades amb producte català i tastos associats, la proposta de showcookings amb tallers de cuina i tastos associats i el menú degustació amb 4 plats de la cuina catalana que combinen tradició i innovació. Els tastos i tallers proposats permeten viure la gastronomia des del viatge. S'atorguen 10 punts.

Criteri 2.2. La proposta és original i innovadora ja que a través dels 3 espais proposats els assistents poden viure la gastronomia catalana des de diferents aproximacions: producte, experiència i tast. També inclou la participació de 3 influencers per tal de dinamitzar i assegurar la presència a les xarxes socials de l'acte, que trenca amb els actes convencionals pel gran nombre d'activitats i tallers per dinamitzar l'experiència dels assistents. Tot i això, manca incloure un programa amb els tempos de l'acte, sobretot tenint en compte la complexitat d'aquest ja que compta amb un gran nombre de tallers, tastos, degustacions. S'atorguen 8 punts.

INTERFACE TOURISM SPAIN SL

Criteri 2.1. Han presentat una proposta centrada en posar en valor el teixit econòmic de la gastronomia, que compleix els criteris marcats, tot i que en el cas de la innovació i la creativitat

només es reflecteix en la proposta de les parades, on s'inclouen tastos liderats per referents/ambaixadors de cada producte. Inclouen també proposta de tàndems entre xefs estrellats i nous talents, tot i que aquests darrers només es proposen per a dues presentacions, i no pel total. La tradició està molt vinculada a la proposta de plats a degustar durant el showcooking, però no és present a totes les parades de producte ja que alguns tallers no estan vinculats amb tradicions catalanes, com per exemple fumar el peix. A la proposta manca una part experiencial a la proposta de tallers i tastos, més enllà de la degustació, que permeti viure la gastronomia des del viatge. S'atorguen 6 punts.

Criteri 2.2. La presentació no es pot considerar original o innovadora ja que no inclou experiències o activitats més enllà de les parades de producte incloses als plecs. L'únic element que es presenta que trenca amb els actes convencionals és el showcooking, la resta de propostes són semblants a les d'un acte convencional. No inclou programa amb horaris detallats de l'acte. S'atorguen 5 punts.

PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU

Criteri 2.1. L'empresa ha presentat una proposta sota el concepte "Un viatge immersiu a Catalunya", que compleix els criteris marcats, tot i que en el cas de la innovació i la creativitat només es reflecteix a la proposta de les "postres interactives" liderades per Jordi Roca. Inclouen la participació de 4 xefs estrellats i 1 pastisser que consensuaran un menú únic per les 4 presentacions i s'aniran tornant la presència a cada acte, optimitzant així recursos. No s'inclouen nous talents a totes les presentacions. Les parades de producte i el menú es vinculen amb la tradició, tot i que a les parades manca una part experiencial a la proposta de tallers i tastos, més enllà de la degustació, que permeti viure la gastronomia des del viatge. S'atorguen 7 punts.

Criteri 2.2. La presentació no es pot considerar original o innovadora ja que no inclou experiències o activitats més enllà de les parades de producte i el sopar degustació inclosos als plecs. Els únics elements que es presenten que trenquen amb els actes convencionals són les "postres interactives" i la gran taula imperial per a 100 persones del sopar (gran taula de la gastronomia catalana). La resta de propostes són semblants a les d'un acte convencional. S'atorguen 7 punts.

TOWER BRIDGE SL

Criteri 2.1. L'empresa ha presentat una proposta sota el concepte "El viatge dels sentits: de la tradició a la innovació", que en el cas de la innovació i la creativitat només es reflecteix a la proposta als photocalls amb el claim "seu a la nostra taula" vinculant-ho així amb la campanya "Bon profit" o les parades que sota el concepte "un viatge sensorial pels 3 territoris presenten el producte i la cuina a través de la seva vinculació amb el paisatge. No s'inclou una proposta concreta de xefs estrellats i nous talents que participaran a cada presentació. La proposta manca d'una major vinculació amb la tradició, perquè tot i que les parades inclouen productes tradicionals, falta més detall a la proposta d'experiència gastronòmica a través de la degustació dels plats. Les experiències gastronòmiques proposades fan viure la gastronomia des del viatge, ja que es vinculen a través dels 3 territoris amb decoració, proposta interactiva i racó innovació específic per cada un d'ells. S'atorguen 4 punts.

Criteri 2.2. La presentació no es pot considerar original o innovadora ja que no inclou experiències o activitats més enllà de les parades de producte i el sopar degustació inclosos als plecs. Els únics elements que es presenten que trenquen amb els actes convencionals són la inspiració en masies catalanes i "El bingo del bon gust" que l'empresa proposa d'incloure durant el desenvolupament del sopar. No inclou programa amb horaris detallats de l'acte. S'atorguen 6 punts.

3. Criteri Disseny de la gràfica i activitats a la zona d'acull i presentació (fins a un màxim de 20 punts)

Definició del criteri: Per a la valoració d'aquest criteri d'adjudicació, les empreses licitadores hauran de presentar un render digital on figurin les descripcions i on es visualitzin els dissenys gràfics i una memòria descriptiva de la proposta d'animacions.

3.1 Proposta creativa d'elements a la zona d'acull i presentació: disseny gràfic dels photocalls (fins a 7,5 punts).

Es valorarà que els element gràfics dels photocalls tinguin un disseny que sorprengui, amb nous formats on s'exhibeixin les noves tendències en l'àmbit de l'enoturisme i la gastronomia a Catalunya, tal i com s'ha expressat en el subcriteri 2.1 anterior.

3.2 Proposta creativa de paradetes amb producte (fins a 5 punts).

Es valorarà que les estructures de les paradetes on s'exhibeix el producte tingui un disseny nou i actual.

3.3 Proposta d'activitats per dinamitzar als assistents a l'àrea de presentació relacionats amb els photocalls i les paradetes amb producte (fins a 7,5 punts).

Es valorarà que la proposta d'activitats a realitzar pels assistents a l'àrea de presentació relacionats amb els photocalls i les paradetes amb producte siguin experiències originals, estimulants, divertides i sorprenents per convidar a compartir l'experiència a través de les seves xarxes socials.

3 Disseny gràfica i activitats a la zona d'acull i presentació (fins a 20 punts)				TOTAL
	3.1 Subcriteri Photocall (fins a 7,5 punts)	3.2 Subcriteri Paradetes (fins a 5 punts)	3.3 Subcriteri dinamització (fins a 7,5 punts)	
1. Iniciativa Events S.L.	5,5	5	4,5	15
2. R.P. SL INTERPROFIT	4,5	3	2,5	10
3. Hotel Villa Retiro SL	0,5	0,5	0	1
4. INTERFACE TOURISM SPAIN S.L	4,5	3	0	7,5
5. PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU	5	4	4	13
6. Tower Bridge SL	7	5	5	17

INICIATIVA EVENTS SL.

Criteri 3.1. Han presentat una proposta de photocall només per una zona i no es concreta si és a l'acull o presentació. El disseny presentat sorprèn ja que es tracta de 4 photocalls (1 per cada província), vinculats amb l'experiència immersiva de seure a la taula. És un disseny molt detallat que inclou els logos correctes i atrezzo diferent per a cada photocall. Tot i que la gràfica segueix l'estil de la campanya "Bon profit" al disseny presentat no s'identifiquen noves tendències vinculades amb la innovació i la creativitat. S'atorguen 5,5 punts.

Criteri 3.2. La proposta inclou proposta de disseny per un total de 4 parades (mercat, fruita i verdures, oli i vi). El disseny de les parades és nou i actual, formulat amb una estructura de fusta simulant un mercat tradicional, incorporant cartells explicatius i simulant un carreró d'un mercat viu i vibrant. S'atorguen 5 punts.

Criteri 3.3. S'inclou una proposta per dinamitzar parcialment els photocalls i les paredetes. En el cas dels photocalls del total de 4 photocalls només s'inclou una proposta de dinamització pel de Tarragona amb una activitat de beure amb porró. Pel que fa a les paredetes, del total de 4 paredetes només s'inclou proposta de dinamització a l'anomenada "Prueba y acierta" amb una dinàmica per posar en els coneixements gastronòmics dels assistents. Les propostes de paredetes són estimulants i divertides, però no es consideren sorprenents o ni inclouen experiències originals. Les dues propostes conviden als assistents a compartir l'experiència a les seves xarxes socials. S'atorguen 4,5 punts.

R.P. SL INTERPROFIT

Criteri 3.1. Han presentat una proposta de photocall per la zona d'acull i també per la zona de presentació, on les paredetes funcionen també com a selfie points. La proposta s'addiu amb els criteris però el disseny no sorprèn i les fotos utilitzades no són de Catalunya, la única innovació del disseny és la possibilitat d'utilitzar les paredetes com a selfie points. Tampoc segueix les noves tendències i des de l'àmbit de la creativitat i innovació només queda reflectit en què una de les 3 paredetes està dedicada al "Sopar Michelin". A la proposta de disseny no s'han inclòs logos, només el claim "Som Gastronomia" i el claim de la campanya "Bon Profit". S'atorguen 4,5 punts.

Criteri 3.2. La proposta inclou proposta de disseny per un total de 3 parades vinculades amb el concepte de campanya de la "taula" (Vermut amb amics, Dinar familiar, Sopar Michelin). El disseny de les parades està orientat a la taula tematitzada amb cada un dels 3 espais incloent un atrezzo de cada taula també tematitzat, però les imatges no són de Catalunya i no es considera un disseny nou i actual. S'atorguen 3 punts.

Criteri 3.3. No s'inclou proposta d'activitats per dinamitzar els photocalls de la zona acull. Sí que s'inclou pel que fa a les paredetes una proposta per introduir l'efecte sorpresa via una cortina amb un gobo que separa la zona acull de la de presentació, però no va lligada a cap dinamització de les paredetes. Es considera que la proposta inclou experiències originals i estimulants vinculades amb la tradició i les costums catalanes com per exemple la paredeta "Vermut amb amics" o "Dinar familiar", però no activitats dinamitzadors divertides o sorprenents. No s'especifica cap estratègia per convidar als assistents a compartir l'experiència a les seves xarxes socials. S'atorguen 2,5 punts.

HOTEL VILLA RETIRO SL

Criteri 3.1. Han presentat una proposta que inclou una descripció textual de l'ambientació de la zona acull i presentació, així com una segona descripció textual dels continguts dels 4 photocalls que proposen (Institucional, El Rebot català, La taula catalana i els Productes estrella de Catalunya), però no s'inclou una proposta de disseny gràfic dels photocalls, només una proposta de "mural gegant" en forma d'olivera pel photocall Institucional. No s'inclouen els logotips. S'atorguen 0,5 punts.

Criteri 3.2. La proposta inclou una descripció textual de l'ambientació de les 4 paredetes proposades (Oli, embotits, formatges, conserves) però no s'inclou una proposta de disseny específica per cada una d'elles, més enllà d'unes imatges de referència. S'atorguen 0,5 punts.

Criteri 3.3. No s'inclouen propostes d'activitats per dinamitzar als assistents a l'àrea de presentació relacionats amb els photocalls i les paredetes de producte. S'atorguen 0 punts.

INTERFACE TOURISM SPAIN SL

Criteri 3.1. Han presentat una proposta que de disseny d'invitacions, arc de benvinguda i merchandising que no es pot valorar per no incloure's en el criteri de valoració. La proposta de photocalls no té un disseny original ni sorprenent, doncs han agafat la mateixa gràfica que la campanya Bon Profit. S'atorguen 4'5 punts.

Criteri 3.2. Fa una proposta de disseny de les paradetes, tot i que no s'aprecia gaire en el render presentat, on només es visualitza un exemple de cartell dels formatges. S'atorguen 3 punts.

Criteri 3.3. La proposta no fa referència a cap activitat que no sigui la que ja s'inclou en els plecs (ulleres del Grand Tour de Catalunya). S'atorguen 0 punts.

PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU

Criteri 3.1. Han presentat una proposta de photocalls que funcionen alhora com a taules per la zona d'aperitiu, amb taules altes vestides amb estovalles de quadres. No es tracta d'un disseny que sorprengui i les imatges que es proposen per les quatre províncies no tenen massa lligam amb la gastronomia. S'atorguen 5 punts.

Criteri 3.2. La proposta de paradetes està lligada amb la voluntat de l'empresa en convertir aquesta zona en el lloc on s'ofereixi l'aperitiu del sopar. El disseny no és nou però sí actual, molt semblant al que es pot trobar a fires gastronòmiques. S'atorguen 4 punts.

Criteri 3.3. La proposta d'activitats es basa en la cerca de productes per trobar a quina província pertanyen. No és original ni divertida però sí que pot estimular la interacció per intentar esbrinar a quina província pertany cada producte. S'indica que es compartirà a xarxes, però no es detalla de quina manera. S'atorguen 4 punts.

TOWER BRIDGE SL

Criteri 3.1. Han presentat una proposta creativa de photocalls amb un disseny que sorprèn, destacant sobretot la primera de les versions que simula una taula infinita, amb nous formats on s'exhibeixin les noves tendències en l'àmbit de l'enoturisme i la gastronomia a Catalunya. No s'especifica quina proposta és per cada zona. S'atorguen 7 punts.

Criteri 3.2. La proposta de paradetes mostra un disseny nou i actual, és detallada amb explicacions de tots els elements que constituïran cada parada. S'atorguen 5 punts.

Criteri 3.3. La proposta d'activitats té com a objectiu esdevenir un punt de reflexió, aprenentatge i conscienciació sobre l'alimentació saludable. Es tracta d'una proposta estimulante i original, però no destaca perquè tingui intenció de ser divertida ni per la interacció en xarxes socials. S'atorguen 5 punts.

4. Criteri Decoració per la zona de experiència gastronòmica i marxandatge (fins a un màxim de 9 punts)

Definició del criteri:

4.1 Proposta creativa del mobiliari, parament i vaixel·la de les taules i el showcooking a la zona de degustació (fins a 6,5 punts).

Es valorarà que la proposta del parament de les taules sigui original i innovadora, que s'ajusti a la decoració i creativitat actual dels restaurants catalans reconeguts internacionalment.

4.2 Millora: proposta de dos elements de marxandatge per obsequiar als assistents (fins a 2,5 punts)

Es valorarà que la proposta d'elements de marxandatge tingui a veure amb l'enogastronomia, i que sigui original, sostenible i amb una correcta aplicació de la identitat visual del logo de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia. Els productes proposats no podran superar els 20,00€ IVA exclòs, tal i com queda definit dins del plec de prescripcions tècniques.

		4 Decoració zona experiència gastronòmica i marxandatge (fins a 9 punt)		TOTAL
		4.1 Subcriteri mobiliari, parament, vaixel·la (fins a 6.5 punts)	4.2 Subcriteri marxandatge (fins a 2,5 punts)	
1.	Iniciativa Events S.L.	6	2	8
2.	R.P. SL INTERPROFIT	6,5	2	8,5
3.	Hotel Villa Retiro SL	2	1,25	3,25
4.	INTERFACE TOURISM SPAIN S.L	0,5	0	0,5
5.	PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU	6	2,5	8,5
6.	Tower Bridge SL	6,5	2	8,5

INICIATIVA EVENTS SL.

Criteri 4.1 Han presentat una proposta creativa pel mobiliari, la vaixel·la i el parament de les taules, però no de la zona de showcooking. La proposta creativa centrada en el porró i la ginesta combinada amb la naturalitat del color blanc minimalista és original i innovadora i s'ajusta als restaurants d'alta gama. S'atorguen 6 punts.

Criteri 4.2 Presenta una proposta d'obsequi que combina un producte gastronòmic com és la xocolata amb un estri de consum que és un porró. La originalitat recau en la combinació i en el format de la xocolata, relacionat amb Sant Jordi, tot i que cap esdeveniment es realitzarà a l'entorn d'aquesta festivitat catalana i per tant seria forçat lliurar aquest obsequi. El logotip és present a la caixa que conté l'obsequi, però no al porró. Es compta amb una empresa d'inserció social per l'elaboració de l'obsequi, amb materials reciclables, per tant la proposta és sostenible. La proposta d'espai de lliurament de l'obsequi no es pot valorar, doncs no està contemplada com a criteri. S'atorguen 2 punts.

R.P. SL INTERPROFIT

Criteri 4.1 L'empresa ha presentat una proposta creativa original i innovadora i alineada amb els restaurants reconeguts internacionalment tant pel mobiliari, la vaixel·la i el parament, centrada en la idea de les tres taules: vermut, família i restaurant amb Estrella Michelin, amb una alineació total dels elements proposats amb el concepte per cadascuna de les taules. També ha fet una proposta pel la zona de showcooking. S'atorguen 6.5 punts.

Criteri 4.2 Presenta una proposta que inclou un element consumible, com és una ampolla de vermut costumitzada amb el logotip de la Regió Mundial de la Gastronomia, i un mocador de fer farcells. La proposta està relacionada amb la gastronomia, és sostenible pel reaprofitament que es pot fer de l'ampolla de vidre, però no és original. S'atorguen 2 punts.

HOTEL VILLA RETIRO SL

Criteri 4.1 Sobre la proposta creativa de la vaixella, l'empresa explica que serà de ceràmica de La Bisbal, sense que sigui una proposta original i innovadora, i no indica com serà el parament ni el mobiliari. Realitza una proposta original i innovadora per la zona de showcooking, dins d'un tronc d'olivera, tot i que no és fàcil imaginar-se-la sense una imatge que l'acompanyi. No fa cap referència a si la proposta creativa estarà ajustada a la decoració i creativitat actual dels restaurants catalans reconeguts internacionalment. La resta d'elements que detalla com el menú degustació i els materials gràfics addicionals no es valoren perquè no es demanaven com a criteri. S'atorguen 2 punts.

Criteri 4.2 L'empresa planteja 5 propostes d'elements de marxandatge. Només se'n valoren les dues primeres, l'ampolla d'oli i el mini porró de vidre, tal com es demanava. Tenen a veure amb la gastronomia, són sostenibles, però no són originals i es presenten per escollir per part de l'ACT, sense una idea unificada ni quantificada. No s'especifica que es faria ús de la identitat visual del logo de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia ni com seria la seva aplicació. S'atorguen 1,25 punts.

INTERFACE TOURISM SPAIN SL

Criteri 4.1 En la proposta titulada "Decoración para la zona de experiencia gastronómica y merchandizing" l'empresa ha inclòs molta informació que no té relació amb el que es demana i per tant no es pot valorar. Entre les explicacions es fa referència a que el parament s'escollirà en funció dels plats que elaborin els xefs en cada esdeveniment, fent ús de vaixella de porcellana i cristalleria de qualitat, sense més informació que permeti una valoració. S'atorguen 0,5 punts.

Criteri 4.2 L'empresa no fa cap referència a elements de marxandatge que permetin realitzar una valoració. S'atorguen 0 punts.

PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU

Criteri 4.1 La proposta del mobiliari, el parament i la vaixella de les taules de "El gran sopar de la gastronomia catalana" que planteja l'empresa és original i innovadora i s'ajusta a la decoració i creativitat actual dels restaurants catalans reconeguts internacionalment. No s'especifica una proposta per a la zona de showcooking. S'atorguen 6 punts.

Criteri 4.2 L'empresa fa una proposta de dos obsequis, una cistella de vímet amb els estris per fer pà amb tomàquet i un davantal, especificant que no costarien més de 20€ tal com s'especifica al la documentació de licitació. Es tracta d'una proposta relacionada amb la gastronomia, original tant en el concepte com en el format, sostenible i fent ús amb bona aplicació del logotip de la Regió. S'atorguen 2,5 punts.

TOWER BRIDGE SL

Criteri 4.1 La proposta del mobiliari, el parament i la vaixella de les taules tant per la zona d'experiència gastronòmica com de showcooking que planteja l'empresa és original i innovadora i s'ajusta a la decoració i creativitat actual dels restaurants catalans reconeguts internacionalment, basada en aquest cas en la combinació entre la tradició i la innovació. S'atorguen 6,5 punts.

Criteri 4.2 L'empresa presenta les dues propostes de marxandatge, un set de vi i un davantal, alineades amb la gastronomia, sostenibles amb correcta aplicació del logotip, però no són originals. S'atorguen 2 punts.

QUADRE RESUM DE VALORACIONS

Un cop valorades totes les ofertes d'acord amb tots els criteris d'adjudicació avaluables mitjançant un judici de valor, les proposicions han obtingut les següents valoracions:

Empreses	TOTAL (fins a 49 punts)	2 Criteri programa experiència gastronòmica (fins a 20 punts)		3 Disseny gràfica i activitats a la zona d'acull i presentació (fins a 20 punts)			4 Decoració zona experiència gastronòmica i marxandatge (fins a 9 punt)	
		2.1 Subcriteri noves tendències (fins a 10 punts)	2.2 Subcriteri originalitat i innovació (fins a 10 punts)	3.1 Subcriteri Photocall (fins a 7,5 punts)	3.2 Subcriteri Parades (fins a 5 punts)	3.3 Subcriteri dinamització (fins a 7.5 punts)	4.1 Subcriteri mobiliari, parament, vaixela (fins a 6.5 punts)	4.2 Subcriteri marxandatge (fins a 2,5 punts)
Iniciativa Events S.L.	37	8	6	5,5	5	4,5	6	2
R.P. SL INTERPROFIT	34,5	7	9	4,5	3	2,5	6,5	2
Hotel Villa Retiro SL	22,25	10	8	0,5	0,5	0	2	1,25
INTERFACE TOURISM SPAIN S.L.	19	6	5	4,5	3	0	0,5	0
PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU	35,5	7	7	5	4	4	6	2,5
Tower Bridge SL	35,5	4	6	7	5	5	6,5	2

QUADRE RESUM DE PUNTUACIONS

D'acord amb l'apartat H del quadre de característiques tècniques del Plec de Clàusules Administratives Particulars i en aplicació de la directriu 1/2020 de la Direcció General de contractació Pública, la puntuació dels criteris de les empreses licitadores és la que figura a continuació, atès que en els criteris 2,3 i 4 una o més ofertes supera el llindar mínim de valoració establert:

Un cop efectuada la valoració de cadascun dels criteris d'adjudicació la valoració dels quals depèn d'un judici de valor, es comprovarà que almenys una de les propostes superi el valor determinat a la taula següent per a cadascun dels criteris de forma independent:

Criteris Llindar mínim de valoració

2. Conceptualització i desenvolupament del programa de l'experiència gastronòmica: 16

3. Disseny de la gràfica i activitats a la zona d'acull i presentació: 16

4. Decoració per la zona experiència gastronòmica i marxandatge: 7,2

Criteris adjudicació avaluables judici valor		Criteri 2	Criteri 3	Criteri 4
Punts (P)	49,00	20,00	20,00	9,00
Percentatge del Llindar		80%	80%	80%
Valoració Tècnica millor (VT _{mv})		18,00	17	8,5
LLINDAR		16,00	16,00	7,20

	TOTAL	VT _{op}	P _{op}	VT _{op}	P _{op}	VT _{op}	P _{op}
INICIATIVA EVENTS S.L.	41,67	14,00	15,56	15,00	17,65	8,00	8,47
RP SL INTERPROFIT	38,54	16,00	17,78	10,00	11,76	8,50	9,00
HOTEL VILLA RETIRO SL.	24,62	18,00	20,00	1,00	1,18	3,25	3,44
INTERFACE TOURISM SPAIN S.L.	21,58	11,00	12,22	7,50	8,82	0,50	0,53
PRODUCCIONES GASTRONOMICAS SLU	39,85	14,00	15,56	13,00	15,29	8,50	9,00
Tower Bridge SL	40,11	10,00	11,11	17,00	20,00	8,50	9,00

Per tant, i als efectes oportuns, les puntuacions de les propostes valorades son les detallades en el quadre anterior.

Signatura



Generalitat de Catalunya
Agència Catalana de Turisme

