

**CONTRACTE DEL SERVEI DE LA GESTIÓ DE LA FIRA MERCAT DE L'OLI NOU 2025
QUE ES CELEBRARÀ A BARCELONA EL 21, 22 I 23 DE NOVEMBRE**

Expedient núm. 18/2025

Informe de valoració de la proposta tècnica de les empreses licitadores

Objecte de l'informe

El dia 15 de juliol de 2025 es va procedir a l'obertura del Sobre B corresponent a la proposta tècnica referent al procediment de contractació del servei de la gestió de la Fira Mercat de l'oli nou 2025 que es celebrarà a Barcelona del 21 al 23 de novembre.

Valoració de les ofertes

Es procedeix a valorar l'oferta de l'única empresa licitadora:

-LABORATORI D'IDEES, SL

La valoració dels 49 punts que corresponen a la part tècnica d'aquest concurs es realitza segons els criteris que s'indiquen a continuació i que figuren al Plec de Clàusules Administratives Particulars:

1. Conceptualització de la fira i programa d'activitats – fins a 21 punts

Es valorarà l'adequació, claredat, coherència i viabilitat de la proposta tècnica presentada.

En concret, es tindrà en compte:

- a) La descripció conceptual i la idea força de la fira, així com la capacitat de transmetre els valors de l'OOVE català. Es valorarà la proposta més alineada als objectius del mercat i més viable en el context descrit.
- b) La proposta de distribució d'espais, la descripció d'infraestructures i serveis i la seva adaptació a l'entorn. Es valorarà la proposta que aportí més fluïdesa de circulació, facilitats de gestió i seguretat.
- c) El programa d'activitats previst per a les demostracions gastronòmiques. Es valorarà l'originalitat, l'adequació als públics, la idoneïtat dels ponents, la implicació dels productors i la visibilitat de la distinció Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025.

Per a cada subapartat s'obtindran, per comparació, fins a un màxim de 7 punts amb l'escala següent:

1. Proposta insuficient: 0 punts
2. Proposta acceptable: 3,5 punts
3. Proposta excel·lent: 7 punts

2. Gestió de la producció tècnica – fins a 12 punts

Es valorarà la coherència i la claredat en la presentació. Que els recursos humans siguin adequats a la dimensió, ritme i necessitats de l'esdeveniment. Que l'oferta alimentària sigui equilibrada i que inclogui aliments saludables, sostenibles i provinents de circuit curt de productors locals. Que es tinguin en compte opcions alimentàries diverses.

- a) Calendari/Pla de treball de les diferents fases de l'encàrrec.
- b) Organigrama de l'equip proposat per a la gestió del mercat
- c) Plantejament de la zona de foodtrucks amb detall dels participants

Per cada apartat s'obtindran, per comparació, fins a 4 punts amb l'escala següent:

- Proposta insuficient: 0 punts
- Proposta acceptable: 2 punts
- Proposta excel·lent: 4 punts

3. El Pla de Comunicació – fins a 12 punts

Es valorarà:

- a) La coherència i alineació amb els objectius del mercat
- b) La notorietat i capacitat d'atracció de visitants
- c) La proposta d'accions comunicatives concretes tant a nivell online com offline que millor transmetin el valor afegit del mercat
- d) La idoneïtat de les accions per al públic objectiu i la seva originalitat

Per cada apartat s'obtindran, per comparació, fins a 3 punts amb l'escala següent:

- Proposta insuficient: 0 punts
- Proposta acceptable: 1,5 punts
- Proposta excel·lent: 3 punts

4. Pla ambiental preliminar – fins a 4 punts

Es valorarà:

- a) El nivell d'identificació dels impactes ambientals principals associats a la fira
- b) La idoneïtat i ambició de les propostes de prevenció i gestió ambiental (residus, aigua, energia, plàstics, etc.)

Per cada apartat s'obtindran, per comparació, fins a 2,5 punts amb l'escala següent:

- Proposta insuficient: 0 punts
- Proposta acceptable: 1,25 punts
- Proposta excel·lent: 2,5 punts

LABORATORI D'IDEES, SL

41,5 punts

1. Conceptualització de la fira i programa d'activitats – 17,5 punts

La proposta tècnica presentada està ben organitzada i és molt clara. Es valora el nivell de detall que desglossa cadascun dels apartats i les il·lustracions que acompanyen el relat per contribuir a la seva comprensió global. Quant a la distribució dels elements, es valora la capacitat d'adaptar els diversos elements a la fisonomia de la plaça Catalunya d'una forma coherent i lògica que aprofita l'espai i facilita la circulació. El fet d'ubicar l'aula de divulgació i la barra de vins al mig de la plaça genera un pol d'atracció perquè els visitants s'apropin als expositors. La ubicació dels expositors seguint la forma ovalada de la plaça es considera adequada alhora que original per la seva pròpia naturalitat. La ubicació dels magatzems a l'anell exterior de la plaça garanteix un accés còmode i directe per part dels expositors que descarregaran els vehicles a la vora.

El desglossament de les infraestructures i els serveis aporta transparència a la proposta. Es valora l'adequació dels estands a criteris constructius que responen a la visibilitat, confort i seguretat dels productors. Es tenen en compte criteris de sostenibilitat en l'ús dels materials proposats i en la il·luminació LED. Les 5 vistes aportades com a proposta d'estand són molt entenedores i ajuden a generar l'imaginari de com serà el muntatge final, tant de dia com quan marxi la llum solar. Es valora positivament que s'hagi incorporat un render del Punt d'Informació així com un planell i 3 renders de l'aula de divulgació i un de la barra de vins.

L'àmbit que tindria marge de millora seria la descripció conceptual i la idea força de la fira, donat que el fil conductor que sustenta l'esdeveniment s'exposa de manera subtil. Tanmateix, la qualitat global de la proposta es fa palesa a través dels renders presentats, que mostren uns estands ben resolts, atractius i coherents amb l'essència de la fira.

El programa d'activitats previst per a les demostracions gastronòmiques és correcte donat que recull totes les possibilitats d'aplicacions i es denota expertesa en la seva

conceptualització. Es valora la proposta de ponències amb equilibri de gènere i territorial. La proposta es percep com a original donat que posa al centre els productors d'oli per suggerir possibles ponències de cuiners del seu territori. Per altra banda, es posen en valor cuiners "de perfil popular" que incorporen l'OOVE a les seves elaboracions. A més de les ponències de xefs, es proposen tastos (com el de les olives acabades de batre o el tast a cegues de plats elaborats amb OOVE i sense) que no solen ser habituals en aquest tipus d'esdeveniments i que poden despertar l'interès del públic visitant. Un altre punt diferencial és la proposta de torretes publicitàries formant un jardí virtual d'oliveres.

La visibilitat de la distinció Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025 s'explicita amb la proposta de potenciar l'oleoturisme al territori a través de concursos o jocs dirigits als participants de l'aula de tast. L'adequació de les activitats al públic familiar queda palesa amb la proposta de tallers específics per aquest perfil com el del "sistrell o el setrill".

Amb tot el que s'ha exposat, la valoració dels apartats d'aquest bloc quedaria de la següent manera:

- a) La descripció conceptual i la idea força de la fira, així com la capacitat de transmetre els valors de l'OOVE català. Es valora com a acceptable: 3,5 punts
- b) La proposta de distribució d'espais, la descripció d'infraestructures i serveis i la seva adaptació a l'entorn. Es valora com a excel·lent: 7 punts
- c) El programa d'activitats previst per a les diferents zones divulgatives (aula taller, demostracions gastronòmiques). Es valora com a excel·lent: 7 punts

2. Gestió de la producció tècnica – 10 punts

Per una banda, la proposta del Pla de Treball dividida en 4 fases és clara i coherent. S'identifiquen els timings adequats per la gestió prèvia de totes les tasques, necessitats i públics implicats.

Sobre l'organigrama, aquest es considera complet i coherent. Respon a la demanda i es fa entenedor a través de la identificació gràfica aportada que presenta el detall de les àrees de treball implicades. Es troba a faltar el nombre de persones que executaran les tasques a cadascuna de les àrees.

Per l'altra, l'oferta alimentària compleix el requisit de presentar-se equilibrada i alineada amb l'essència del mercat, incloent aliments saludables, sostenibles i provinents de circuit curt de productors locals. Es valora positivament el llistat aportat de 10 foodtrucks amb la descripció de la seva oferta i una imatge que les identifica, així com la proposta d'oferta de la barra de vins.

Amb tot el que s'ha exposat, la valoració dels apartats d'aquest bloc quedaria de la següent manera:

- a) Calendari/Pla de treball de les diferents fases de l'encàrrec. Es valora com excel·lent: 4 punts.
- a) Organigrama de l'equip proposat per a la gestió del mercat. Es valora com a acceptable: 2 punts.
- b) Plantejament de la zona de foodtrucks amb detall dels participants. Es valora com excel·lent: 4 punts.

3. Pla de Comunicació – 10,5 punts

El Pla de Comunicació presentat és complet, entenedor, ben ordenat i respon a tots els objectius generals i específics del mercat. La imatge gràfica presentada està alineada amb el manual gràfic corporatiu On l'oli és cultura i encaixa amb el to i estil propi d'aquesta marca. El llistat de suports on s'aplicarà és complet i segmentat per formats: peces impreses, senyalística in situ i formats digitals i audiovisuals. La campanya publicitària proposada respon a la necessitat d'atraure visitants i a fomentar la notorietat de l'esdeveniment. Es canalitza a través de publicitat exterior, digital i amb col·laboracions amb altres entitats. Es valora la presentació de l'aplicació a 3 suports gràfics: marquesines, banderoles i autobusos.

Les accions relacionals són correctes i s'exposen de forma clara i concreta. Es valora la proposició de transmetre el valor afegit del mercat als mitjans a través d'accions no convencionals i originals com per exemple el tast a cegues per mitjans/influencers, l'entrega d'un lot d'oli nou personalitzat per a premsa o el tast exprés per a mitjans.

Es valora positivament el nivell de detall de la proposta tant de Relacions Institucionals com de mitjans off i online, en aquest darrer cas especificada per fases.

La claredat del Pla es completa amb el calendari de comunicació que mostra de forma visual les tasques planificades des d'un mes abans de la celebració del mercat i desglossades per setmanes. Totes les accions proposades es valoren com a idònies. L'únic punt de millora que s'apunta estaria relacionat amb la incorporació d'elements innovadors o diferencials dins l'estratègia global, especialment pel que fa a la creativitat dels formats i canals.

Amb tot allò exposat, la valoració dels apartats d'aquest bloc quedaria de la següent manera:

- a) La coherència i alineació amb els objectius del mercat. Es valora com excel·lent: 3 punts.
- b) La notorietat i capacitat d'atracció de visitants. Es valora com excel·lent: 3 punts.
- c) La proposta d'accions comunicatives concretes tant a nivell online com offline que millor transmetin el valor afegit del mercat. Es valora com excel·lent: 3 punts.

- d) La idoneïtat de les accions per al públic objectiu i la seva originalitat. Es valora com acceptable: 1,5 punts.

4. Pla ambiental preliminar – fins a 4 punts

La proposta presentada inclou un pla ambiental ben estructurat i complet, amb una diagnosi clara dels principals impactes associats a l'esdeveniment i un conjunt de mesures concretes i realistes per mitigar-los. Es valoren molt positivament els àmbits d'actuació definits: gestió de residus, eficiència energètica, ús responsable de l'aigua, mobilitat sostenible, elements constructius reutilitzables i comunicació ambiental.

Destaquen accions com la instal·lació de punts de recollida selectiva amb reforç pedagògic, l'ús de vaixel·la compostable, la contractació d'energia verda per evitar generadors contaminants, i la prioritització de proveïdors de proximitat, fet que contribueix a reduir l'empremta de carboni. A més, es contempla l'organització d'activitats educatives i elements de sensibilització adreçats tant als visitants com als expositors.

Tot i que es tracta d'un pla preliminar, es percep una voluntat clara de compromís ambiental, que s'ha de reconèixer com una aposta sòlida cap a un model de fira sostenible. Com a punt de millora, es podria incorporar algun sistema més específic de seguiment o mesura d'impacte, per tal de poder avaluar de manera més precisa l'efectivitat real de les accions implementades.

Amb tot allò exposat, la valoració dels apartats d'aquest bloc quedaria de la següent manera:

- a) El nivell d'identificació dels impactes ambientals principals associats a la fira. Es valora com excel·lent: 2 punts.
- b) La idoneïtat i ambició de les propostes de prevenció i gestió ambiental (residus, aigua, energia, plàstics, etc.). Es valora com excel·lent: 2 punts.

QUADRE RESUM VALORACIÓ OFERTA:

	puntuació màxima	valoració Laboratori d'Idees SL
TOTAL CRITERIS SUBJECTIUS	49	42
1. Conceptualització de la fira i programa d'activitats	21	17,5
a) La descripció conceptual i la idea força de la fira, així com la capacitat de transmetre els valors de l'OOVE català	7	3,5
b) La proposta de distribució d'espais, la descripció d'infraestructures i serveis i la seva adaptació a l'entorn	7	7
c) El programa d'activitats previst per a les diferents zones divulgatives (aula taller, demostracions gastronòmiques)	7	7
2. Gestió de la producció tècnica	12	10
a) Calendari/Pla de treball de les diferents fases de l'encàrrec	4	4
b) Organigrama de l'equip proposat per a la gestió del mercat	4	2
c) Plantejament de la zona de foodtrucks amb detall dels participants	4	4
3. El Pla de Comunicació	12	10,5
a) La coherència i alineació amb els objectius del mercat	3	3
b) La notorietat i capacitat d'atracció de visitants	3	3
c) La proposta d'accions comunicatives concretes tant a nivell online com offline que millor transmetin el valor afegit del mercat	3	3
d) La idoneïtat de les accions per al públic objectiu i la seva originalitat	3	1,5
4. El Pla ambiental	4	4
a) El nivell d'identificació dels impactes ambientals principals associats a la fira	2	2
b) La idoneïtat i ambició de les propostes de prevenció i gestió ambiental (residus, aigua, energia, plàstics, etc.)	2	2

Laura Martí
Cap del Sector Competitivitat Local de Prodeca

Barcelona, 18 de juliol de 2025