

Expedient núm.: 204/2025

Procediment: Contracte de Serveis per Procediment Obert

Assumpte: Servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d'una estratègia de difusió d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre

L'objecte d'aquest contracte està finançat al 100% pel Fons de Transició Nuclear a través del programa Pla per la desnuclearització en la transició energètica justa i el desenvolupament socioeconòmic, gestionat pel COPATE.

ACTA DE LES SESSIONS DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ

CONTRACTE DE "SERVEI DE CONCEPTUALITZACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I DEFINICIÓ D'UNA ESTRATÈGIA DE DIFUSIÓ D'UNA CAMPANYA DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DE LA MARCA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LES TERRES DE L'EBRE", PER PROCEDIMENT OBERT, TRAMITACIÓ ORDINÀRIA, AMB DIVERSOS CRITERIS D'ADJUDICACIÓ.

COMPOSICIÓ DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ

CÀRREC	TITULAR
PRESIDENT	Ivan Garcia Maigí, President del Consorci
VOCAL	Verònica Llorca Sanz, secretària
VOCAL	Maria Teresa Barberà Martí, interventora
VOCAL	Marga Estorach Fatsini, cap del servei d'Acció Climàtica i territori i gestora de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre
SECRETÀRIA	Laura Pepiol Argentó, administrativa

ACTE NÚM. 1

ACTE DE CONSTITUCIÓ DE LA MESA I DE LA QUALIFICACIÓ DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA- OBERTURA DE L'ARXIU A

DATA: 16 de juliol de 2025

LLOC: Despatx de Secretaria del Consell Comarcal del Baix Ebre/Connexió per mitjans electrònics

HORA: 10.00 h

ASSISTENTS: Membres titulars de la Mesa de Contractació

Es constitueix la Mesa de Contractació formada pels membres citats i d'acord amb el plec de clàusules administratives i tècniques que regeixen aquesta contractació. El certificat d'ofertes presentades i el registre d'obertura s'adjunta com a annex a aquesta acta.



Les propostes que s'han presentat dins el termini reglamentari són les següents:

- A) AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.
- B) ARNOLD FILMS, S.L.
- C) IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, S.L.
- D) LAB CREATIVE STUDIO, S.L.
- E) BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, S.C.C.L.
- F) MATERIA CREATIVA, S.L.
- G) TOWN (EXTERNA IMATGE I COMUNICACIÓ, S.L.U.)
- H) FILMS NOMADES, S.L.

La Mesa acorda admetre com a licitadors les propostes que han presentat oferta, ja que han presentat adequadament la documentació administrativa i de capacitat exigida per prendre part en el procediment.

ACTE NÚM. 2

ACTE D'OBERTURA DE L'ARXIU B QUE CONTÉ LA PROPOSICIÓ TÈCNICA VALORABLE AMB CRITERIS DE JUDICI DE VALOR

DATA: 18 de juliol de 2025

LLOC: Despatx de Secretaria del Consell Comarcal del Baix Ebre/Connexió per mitjans electrònics

HORA: 10.00 h

ASSISTENTS: Membres titulars de la mesa de contractació

Es procedeix a l'obertura de la proposta tècnica valorable amb criteris de judici de valor. El registre d'obertura s'adjunta com a annex a aquesta acta.

Les licitadores Aquells nois tan simpàtics, Bruna Productora, Films Nomades, Lab Creative Studio i Town presenten la proposta tècnica sense estar signada electrònicament per algun dels sistemes de signatura admesos per l'article 10 de la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del Procediment Administratiu Comú de les Administracions públiques, tal com disposa la clàusula onzena dels plecs de clàusules administratives particulars, pel que aquest document no és vàlid. Tot i això, es tracta d'un error esmenable, pel que la mesa acorda requerir a les cinc empreses la presentació de les propostes tècniques signades electrònicament.

Posteriorment, en data 21/07/2025, i mitjançant el registre d'entrada núm. 2025-E-RC-389, Verònica Llorca Sanz, membre de la Mesa, presenta un escrit en què manifesta que en una de les empreses licitadores que participen en el procediment i la qual ha presentat oferta, concretament FILMS NOMADES GS, SL, concorren les circumstàncies previstes en l'article 23.2.b) de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de Règim Jurídic del Sector Públic, donat que un familiar seu en quart grau de consanguinitat té una participació en l'esmentada empresa.

L'òrgan de contractació competent d'aquesta licitació, la Gerència, previ al següent acte, emet resolució ordenant a la Sra. Verònica que s'abstingui de qualsevol actuació, present o futura en el marc del procediment de l'esmentada licitació, d'acord amb el que preveu la normativa aplicable en matèria d'abstenció i recusació, així com la seva



substitució efectiva com a membre de la Mesa de Contractació, designant com a suplent a Patricia Curto Guillén.

ACTE NÚM. 3

ACTE DE LLIURAMENT I PRESA DE CONEIXEMENT DE L'INFORME DE LA PROPOSICIÓ TÈCNICA VALORABLE AMB CRITERIS DE JUDICI DE VALOR

DATA: 23 de juliol de 2025

LLOC: Despatx de Secretaria del Consell Comarcal del Baix Ebre/Connexió per mitjans electrònics

HORA: 13.00 h

ASSISTENTS: Membres titulars de la mesa de contractació

La mesa revisa la documentació aportada com a resposta per part de les empreses licitadores a les quals se'ls va fer un requeriment i, atès que està correctament signada, l'accepta com a vàlida.

El tècnic lliura a la Mesa l'informe elaborat per a l'avaluació de la proposta tècnica de les ofertes presentades.

La Mesa de contractació coneix l'informe i l'assumeix, i s'adjunta com annex a aquesta acta.

ACTE NÚM. 4

ACTE D'OBERTURA DE L'ARXIU C QUE CONTÉ LA PROPOSICIÓ ECONÒMICA I ELS CRITERIS QUANTIFICABLES AUTOMÀTICAMENT

DATA: 23 de juliol de 2025

LLOC: Despatx de Secretaria del Consell Comarcal del Baix Ebre/Connexió per mitjans electrònics

HORA: 13.30 h

ASSISTENTS: Membres titulars de la mesa de contractació.

La Mesa de Contractació procedeix a l'obertura de l'arxiu C que conté la proposició econòmica i els criteris avaluable automàticament. El registre d'obertura s'adjunta com a annex a aquesta acta.

ACTE NÚM. 5

ACTE DE LLIURAMENT I PRESA DE CONEIXEMENT DE L'INFORME DE VALORACIÓ FINAL

DATA: 25 de juliol de 2025

LLOC: Despatx de Secretaria del Consell Comarcal del Baix Ebre/Connexió per mitjans electrònics



HORA: 09:30 h

ASSISTENTS: Membres titulars de la mesa de contractació.

La Mesa coneix i assumeix l'informe final que el tècnic li lliura.

La valoració de l'oferta econòmica i dels criteris quantificables automàticament és la següent:

A.1. Criteris sotmesos a valoració automàtica (valoració màxima 60 punts)

EMPRESA	OFERTA	MILLORES	TOTAL
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, SL	34,1	25	59,1
ARNOLD FILMS, SL	30,6	25	55,6
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL	35,0	25	60,0
LAB CREATIVE STUDIO, SL	30,7	25	55,7
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL	34,0	25	59,0
MATÈRIA CREATIVA, SL	31,2	25	56,2
TOWN (EXTERNA IMATGE I COMUNICACIÓ, SLU)	31,7	25	56,7
FILMS NÒMADES, SL	29,8	25	54,8

A.2. Criteris sotmesos a judici de valor (valoració màxima 40 punts)

EMPRESA	PUNTUACIÓ
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	28,5
ARNOLD FILMS, S.L.	26
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL	23,5
LAB CREATIVE STUDIO, S.L.	30,5
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL	19
MATERIA CREATIVA, S.L.	25
TOWN (Externa Imatge i Comunicació, SLU)	35,5
FILMS NOMADES, S.L.	29,5

Tenint en compte la puntuació de la "Documentació valorable mitjançant judici de valor" (arxiu electrònic B) d'acord amb l'informe de valoració tècnica de data 22 de juliol de 2025, més la puntuació obtinguda dels criteris avaluable de forma automàtica anterior, la valoració de les propostes ha estat la següent:



EMPRESA	PUNTUACIÓ TOTAL	PUNTUACIÓ JUDICI DE VALOR	PUNTUACIÓ CRITERIS AUTOMÀTICS
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	87,6	28,5	59,1
ARNOLD FILMS, S.L.	81,6	26	55,6
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL	83,5	23,5	60,0
LAB CREATIVE STUDIO, S.L.	86,2	30,5	55,7
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL	78,0	19	59,0
MATERIA CREATIVA, S.L.	81,2	25	56,2
TOWN (Externa Imatge i Comunicació, SLU)	92,2	35,5	56,7
FILMS NOMADES, S.L.	84,3	29,5	54,8

D'acord amb aquesta valoració s'apliquen els criteris detallats a la clàusula 14.4 del PCAP per determinar si alguna proposta es troba incursa en presumpció d'anormalitat, i es conclou que no n'hi ha cap en aquesta situació.

D'acord amb aquesta valoració, la Mesa de Contractació **ACORDA**

PRIMER. Elevar a la Gerència, que té la competència per resoldre, el següent ordre de classificació, per tal que aquest òrgan actuï d'acord amb les disposicions del plec de clàusules.

EMPRESA	PUNTUACIÓ TOTAL
TOWN (EXTERNA IMATGE I COMUNICACIÓ, SLU)	92,2
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, SL	87,6
LAB CREATIVE STUDIO, SL	86,2
FILMS NÒMADES, SL	84,3
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL	83,5
ARNOLD FILMS, SL	81,6
MATÈRIA CREATIVA, SL	81,2
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL , SCCL	78,0

En data de la signatura electrònica.

DOCUMENT SIGNAT ELECTRÒNICAMENT



ANNEX - VALORACIÓ DE LES PROPOSTES TÈCNIQUES REBUDES PER AL CONTRACTE PER PROCEDIMENT OBERT DEL “SERVEI DE CONCEPTUALITZACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I DEFINICIÓ D’UNA ESTRATÈGIA DE DIFUSIÓ D’UNA CAMPANYA DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DE LA MARCA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LES TERRES DE L’EBRE” DEL PLA D’ACTUACIONS PER IMPULSAR LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LES TERRES DE L’EBRE, FINANÇAT PEL FTN

1. Introducció

Aquest document correspon a l'informe de valoració de les propostes subjectes a criteris de valoració subjectiva presentades en el marc de la licitació del “servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d’una estratègia de difusió d’una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l’Ebre”. En aquest procés, han presentat proposta les següents empreses:

- 1. AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, SL**
- 2. ARNOLD FILMS, SL**
- 3. IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL**
- 4. LAB CREATIVE STUDIO, SL**
- 5. BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL**
- 6. MATERIA CREATIVA, SL**
- 7. TOWN (Externa Imatge i Comunicació, SLU)**
- 8. FILMS NOMADES, SL**

2. Valoració

Les propostes presentades pels licitadors han estat valorades d’acord amb els criteris d’adjudicació recollits en la Clàusula 14a. Determinació de la millor oferta, del Plec de clàusules administratives particulars d’aquesta licitació, sobre un total de 100 punts, d’acord amb les següents ponderacions:

Criteris de valoració subjectes a judici de valor – màxim 40 punts:

- 1. Dossier electrònic amb la idea i aspectes més rellevants – màx. 40 punts**

Criteris de valoració automàtica - màxim 60 punts:

- 2. Oferta econòmica – màx. 35 punts**
- 3. Aportació de creativitats addicionals – màx. 25 punts**



2.1 Descripció dels criteris de valoració subjectes a judici de valor

La proposta tècnica presentada es puntuarà amb un màxim de 40 punts, valorant aspectes tant de caire estètic com funcional, que contribueixin a assegurar l'assoliment dels objectius comunicatius previstos.

Per a la valoració de la proposta, s'han establert 6 paràmetres d'anàlisi que tenen en compte aquells elements que determinen la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat, disseny, estètica, to i estil o la integració entre els seus elements; així com la seva adequació a la identitat corporativa de la institució); i l'estratègia comunicativa i de coordinació amb les xarxes socials proposades per tal de garantir un major impacte de la campanya.

Els criteris a valorar són els següents:

- a) **Idea i concepte creatiu:** es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació a l'objecte de comunicació que es detalla al *briefing* de la campanya. Cadascun dels aspectes es valorarà de manera independent a raó de la puntuació indicada. **Puntuació màxima de 10 punts.**

Criteri	Puntuació
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record	Fins a 2 punts
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional	Fins a 2 punts
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió	Fins a 2 punts
Adequació al <i>briefing</i>. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al <i>briefing</i> .	Fins a 4 punts

Escala orientativa:

- **0-2 punts:** No hi ha adequació ni originalitat; idea genèrica o confusa.
- **3-5 punts:** Idea poc desenvolupada, parcialment vinculada al *briefing*, amb escassa originalitat.
- **6-8 punts:** Bona adequació, amb una idea creativa sòlida i alguns elements innovadors.
- **9-10 punts:** Idea molt potent, amb gran originalitat i alineada plenament amb els objectius.



- b) **Disseny i estètica:** 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 afavoreixin la comprensió. Cadascun dels aspectes es valorarà de manera independent a raó de la puntuació indicada. **Puntuació màxima: 10 punts.**

Criteri	Puntuació
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu	Fins a 2 punts
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva	Fins a 2 punts
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició	Fins a 2 punts
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu	Fins a 4 punts

Escala orientativa:

- **0-2 punts:** Disseny pobre o poc cuidat, confús o desajustat al missatge.
- **3-5 punts:** Estètica correcta però poc destacable, amb recursos limitats.
- **6-8 punts:** Disseny visualment atractiu i coherent, amb ús efectiu de recursos.
- **9-10 punts:** Excel·lent proposta estètica, innovadora, clara i adequada al missatge i públic.

- c) **To i estil:** es valorarà que l'estil de campanya i el to utilitzat donin compliment a les especificacions detallades en el punt 5 del *briefing*. **Puntuació màxima: 5 punts.** Aquest paràmetre es puntuarà d'acord amb la següent taula:

Grau d'adequació	Puntuació
EXCEL·LENT. L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten plenament a les especificacions detallades en el <i>briefing</i> .	5 punts
NOTABLE. L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten, en general, a les especificacions detallades en el <i>briefing</i> .	3 punts
SUFICIENT. El grau d'adequació a l'estil de campanya i al to proposats en el <i>briefing</i> és parcial o incomplet.	1 punt
INSUFICIENT. El grau d'adequació a l'estil de campanya i al to proposats en el <i>briefing</i> és escàs o nul.	0 punts

- d) **Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica:** es valorarà el grau d'integració de totes les peces de la campanya, de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global, assegurant que no hi hagi desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya. **Puntuació màxima: 5 punts.** Aquest paràmetre es puntuarà d'acord amb la següent taula:



Grau d'integració i coherència	Puntuació
EXCEL·LENT. La integració entre els elements que configuren la campanya és molt elevada o total. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos i treballen, de manera clara i evident, en la mateixa direcció. Es percep fàcilment la connexió entre tots ells i la seva coherència, així com la seva contribució a la construcció d'una campanya global.	5 punts
NOTABLE. La integració entre els elements que configuren la campanya és elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos o molt similars i treballen, en gran mesura, de manera coherent i en la mateixa direcció. La connexió entre les parts és clara i es perceben com una unitat.	3 punts
SUFICIENT. La integració entre els elements que configuren la campanya és perceptible i es pot considerar que actuen com un conjunt. Els codis visuals emprats en els diferents canals són, en general, els mateixos o similars.	1 punt
INSUFICIENT. La integració entre els elements que configuren la campanya és escassa o nul·la. Els codis visuals emprats en els diversos canals es perceben com a diferents i generen sensació de desconexió entre ells.	0 punts

- e) **Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre (annex II del plec de prescripcions tècniques).** Es valorarà el grau d'adequació dels diferents elements que integren la campanya a les directrius d'ús de la marca descrites en el manual. **Puntuació màxima: 5 punts.** Aquest paràmetre es puntuarà d'acord amb la següent taula:

Grau d'adequació	Puntuació
EXCEL·LENT. L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és molt elevada o plena. Té en compte la totalitat o la pràctica totalitat dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.	5 punts
NOTABLE. L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és elevada i té en compte gran part dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.	3 punts
SUFICIENT. L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és parcial però té en compte alguns dels aspectes	



referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.	1 punt
INSUFICIENT. L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és escassa o nul·la quant a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.	0 punts

- f) **Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials.** Es valorarà la inclusió en la proposta de difusió i de coordinació amb les xarxes socials dels diferents elements descrits en el punt 5.c) d'aquesta memòria, així com el compliment dels condicionants imposats. Cadascun dels aspectes es valorarà de manera independent i la seva inclusió suposarà 1 punt. La presència dels cinc elements descrits així com el compliment dels condicionants suposarà una **puntuació màxima de 5 punts**.

Element	Puntuació
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any)	1 punt
La proposta inclou una descripció detallada de les accions	1 punt
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions	1 punt
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50%	1 punt
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials	1 punt

2.2 Valoracions de les propostes

A partir dels criteris descrits, s'han valorat de manera justificada les 8 propostes presentades per les empreses participants en la licitació. A continuació, es presenta taula resum de les puntuacions obtingudes i el detall de la valoració de cadascuna d'elles:

EMPRESA	PUNTUACIÓ
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, S.L.	28,5
ARNOLD FILMS, S.L.	26
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL	23,5
LAB CREATIVE STUDIO, S.L.	30,5
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL	19
MATERIA CREATIVA, S.L.	25
TOWN (Externa Imatge i Comunicació, SLU)	35,5
FILMS NOMADES, S.L.	29,5



EMPRESA: AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS, SL		PUNTUACIÓ: 28,5
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	1	La proposta és interessant però poc innovadora. No explica clarament que és una Reserva de la Biosfera ni la seva funció. S'intueix la intenció però no es concreta.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1	No aporta elements d'innovació o especialment originals.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	2	Apel·la al sentiment de pertinença i a l'orgull de formar part.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	1.5	En general, la proposta dona resposta als objectius plantejats, però no acaba de desenvolupar ni d'explicar de manera clara el concepte de Reserva de la Biosfera. La utilització del dialecte escrit i parlat no és adequada.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1	La proposta és visualment atractiva però poc innovadora.
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta és correcta però no genera, a priori, un impacte visual elevat.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	3	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats i funcionen tot i no ser especialment innovadors.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	4.5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten en gran mesura a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	4	La integració entre els elements que configuren la campanya és molt elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos i treballen, de manera clara i evident, en la mateixa direcció. Es percep fàcilment la connexió entre tots ells i la seva coherència, així com la seva contribució a la construcció d'una campanya global.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és molt elevada. Té en compte la totalitat o la pràctica totalitat dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada.
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	0,5	Les descripcions són molt generals.
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	0,5	Planteja un cronograma trimestral, molt general.
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	0,5	Inclou pressupost general trimestral, no detallat per accions. Compleix amb el requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	0,5	Proposa accions a les xarxes social en termes molt generals



EMPRESA: ARNOLD FILMS, SL		PUNTUACIÓ: 26
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	0,5	Tot i que, en la conceptualització de la creativitat es fa reflexions interessants sobre la Reserva, no es traslladen de manera clara a la proposta. L'eslògan "sense reserves" crea confusió i podria resultar contraproductiu.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1	No aporta elements d'innovació o especialment originals.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	1	Pretén explicar el territori a partir dels testimonis i la mirada de persones de diferents àmbits, però cau en tòpics.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	1	En general, la proposta respon als objectius plantejats, però no acaba de desenvolupar ni d'explicar de manera clara el concepte de Reserva de la Biosfera. El <i>claim</i> triat juga en contra.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1	La proposta és visualment atractiva però poc innovadora.
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta és correcta però no genera, a priori, un impacte visual elevat.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	2	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats i funcionen tot i no ser especialment innovadors.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten en gran mesurat a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	4,5	La integració entre els elements que configuren la campanya és elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos i treballen, de manera clara i evident, en la mateixa direcció. Es percep fàcilment la connexió entre tots ells i la seva coherència, així com la seva contribució a la construcció d'una campanya global.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és molt elevada. Té en compte la totalitat o la pràctica totalitat dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció	0	No inclou descripcions o són molt genèriques



detallada de les accions (1 punt)		
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	0,5	El cronograma proposat és molt general i poc detallat
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	0,5	No inclou pressupost de cada acció però sí el cost agregat per tipus. Compleix amb el requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	0,5	No descriu ni temporalitza les accions específiques, només les enumera en termes generals

EMPRESA: IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL		PUNTUACIÓ: 23,5
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	1	La proposta és correcta però poc innovadora. No explica que és una Reserva de la Biosfera ni la seva funció.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1	No aporta elements d'innovació o especialment originals.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	2	Apel·la al sentiment de pertinença i a l'orgull de formar part.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	2	En general, la proposta respon als objectius plantejats, però no acaba de desenvolupar ni d'explicar de manera clara el concepte de Reserva de la Biosfera.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1	La proposta és visualment atractiva però poc innovadora.
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta és correcta però no genera, a priori, un impacte visual elevat.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	3	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats i funcionen tot i no ser especialment innovadors.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten plenament a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	2,5	La integració entre els elements que configuren la campanya és perceptible i es pot considerar que actuen com un conjunt. Els codis visuals emprats en els diferents canals són, en general, els mateixos o similars.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	2	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és parcial però té en compte alguns dels aspectes referents a l'ús



		adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	0	No inclou descripcions o són molt genèriques
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	0	La proposta no inclou cronograma
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	0	La proposta no inclou pressupost
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	0,5	No descriu ni temporalitza les accions específiques, només les enumera en termes generals

EMPRESA: LAB CREATIVE STUDIO, SL		PUNTUACIÓ: 30,5
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	2	La proposta és visualment atractiva i posa l'accent en explicar què és una Reserva de la Biosfera i les seves funcions.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1	La proposta és correcta però no aporta elements d'innovació o especialment originals.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	2	Apel·la al sentiment de pertinença i a l'orgull de formar-ne part.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	3	La proposta respon la pràctica totalitat dels objectius plantejats en el briefing.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1	La proposta és visualment atractiva però poc innovadora.
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta és correcta però no genera, a priori, un impacte visual elevat.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	3	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats i funcionen tot i no ser especialment innovadors.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten plenament a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	3	La integració entre els elements que configuren la



		campanya és elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos o molt similars i treballen, en gran mesura, de manera coherent i en la mateixa direcció. La connexió entre les parts és clara i es perceben com una unitat.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	3	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és elevada i té en compte gran part dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	1	Les accions estan ben definides i descrites
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	1	La proposta inclou el cronograma
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	1	Totes les accions estan quantificades i compleix amb el requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	1	La proposta inclou l'estratègia de coordinació amb les xarxes socials

EMPRESA: BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL, SCCL		PUNTUACIÓ: 19
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	1	La proposta es centra en descriure l'essència de les Terres de l'Ebre, però no explica que és una Reserva de la Biosfera ni la seva funció.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1,5	Malgrat que proposen l'ús d'un llenguatge visual proper al cinematogràfic, no aporta elements d'innovació o especialment originals quan al relat.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	1	Pretén explicar el territori a partir de la mirada de persones, però cau en tòpics.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	1	La proposta es centra en explicar el territori però no dona resposta a l'objecte de la campanya
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	2	La proposta planteja l'ús d'un llenguatge visual original i atractiu que incorpora elements propers al cinematogràfic
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1,5	La proposta visual, especialment l'aplicació gràfica, és interessant i crida l'atenció
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1	La composició i el disseny són interessants malgrat que no s'ajusten a l'objecte de la campanya



Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	2,5	Els recursos visuals i gràfics emprats són interessants i funcionen tot i no contribuir a l'objecte de la campanya
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	3	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten, en general, a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	2	La integració entre els elements que configuren la campanya és perceptible i es pot considerar que actuen com un conjunt. Els codis visuals emprats en els diferents canals són, en general, els mateixos o similars.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	0,5	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és escassa o nul·la quant a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	0,5	No inclou descripcions o són molt genèriques
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	0	La proposta no inclou cronograma
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	0	La proposta no inclou pressupost
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	0,5	No descriu ni temporalitza les accions específiques, només les enumera en termes generals

EMPRESA: MATERIA CREATIVA, SL		PUNTUACIÓ: 25
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	1	La proposta es centra en descriure l'essència de les Terres de l'Ebre, però no explica que és una Reserva de la Biosfera ni la seva funció.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1,5	La proposta aposta per l'ús d'un llenguatge visual atractiu
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	1	Pretén explicar el territori a partir d'una mirada experiencial
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	2	La proposta es centra en explicar el territori però no dona resposta a l'objecte de la campanya. És, en essència, una peça de promoció del destí
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració



Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	2	La proposta planteja l'ús d'un llenguatge visual original i atractiu
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta visual és interessant i crida l'atenció
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1	La composició i el disseny són interessants malgrat que no s'ajusten a l'objecte de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	2	Els recursos visuals i gràfics emprats són interessants i funcionen tot i no contribuir a l'objecte de la campanya
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	3	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten, en general, a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	3,5	La integració entre els elements que configuren la campanya és elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos o molt similars i treballen, en gran mesura, de manera coherent i en la mateixa direcció. La connexió entre les parts és clara i es perceben com una unitat.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	2	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és parcial però té en compte alguns dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	1	Les accions estan ben definides i descrites
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	1	La proposta inclou el cronograma
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	1	Totes les accions estan quantificades i compleix amb el requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	1	La proposta inclou l'estratègia de coordinació amb les xarxes socials

EMPRESA: TOWN (Externa Imatge i Comunicació, SLU)		PUNTUACIÓ: 35,5
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	2	La proposta és visualment atractiva i posa l'accent en explicar què és una Reserva de la Biosfera i les seves



		funcions.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1,5	La proposta és correcta però no aporta elements d'innovació o especialment originals.
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	2	Apel·la al sentiment de pertinença i a l'orgull de formar part del territori. La idea d' "inspirar" que proposa el <i>claim</i> funciona bé
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	3	La proposta respon la pràctica totalitat dels objectius plantejats en el briefing.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1,5	La proposta és visualment atractiva i aporta certa innovació.
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1,5	Els elements visuals de la proposta funcionen.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya.
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	4	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats, funcionen i contribueixen a l'assoliment dels objectius comunicatius.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten plenament a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	La integració entre els elements que configuren la campanya és molt elevada o total. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos i treballen, de manera clara i evident, en la mateixa direcció. Es percep fàcilment la connexió entre tots ells i la seva coherència, així com la seva contribució a la construcció d'una campanya global.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	4	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és molt elevada o plena. Té en compte la totalitat o la pràctica totalitat dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	1	Les accions estan ben definides i descrites
La proposta inclou un cronograma amb la seqüenciació de les accions (1 punt)	0,5	Planteja un cronograma trimestral, molt general.
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	1	Totes les accions estan quantificades i compleix amb el requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de	1	La proposta inclou l'estratègia de coordinació amb les



coordinació amb les xarxes socials (1 punt)		xarxes socials
---	--	----------------



EMPRESA: FILMS NOMADES, SL		PUNTUACIÓ: 29,5
Idea i concepte creatiu		
Criteri	Puntuació	Valoració
Notorietat. Si l'espot capta l'atenció de manera destacada i genera record.	1,5	La proposta és visualment atractiva i posa l'accent en explicar què és una Reserva de la Biosfera així com les seves funcions.
Originalitat. Si la idea és nova, poc convencional o sorprenent dins del context institucional.	1,5	La proposta és correcta i aporta alguns elements d'innovació
Elements d'impacte. Si hi ha elements emocionals, visuals o narratius que provoquin una reacció o reflexió.	1,5	Apel·la al sentiment de pertinença i a l'orgull de formar part del territori.
Adequació al briefing. L'idea respon clarament als objectius, públic i missatge que es defineix al briefing.	3	La proposta respon la pràctica totalitat dels objectius plantejats en el briefing.
Disseny i estètica		
Criteri	Puntuació	Valoració
Originalitat visual. Si el tractament gràfic o visual és fresc i distintiu (0-2 punts)	1,5	La proposta és visualment atractiva i aporta certa innovació
Impacte visual. Si els elements visuals generen una impressió memorable i efectiva (0-2 punts)	1	La proposta és correcta però no genera, a priori, un impacte visual elevat.
Composició i disseny gràfic. Si hi ha harmonia, claredat i qualitat tècnica en la composició (0-2 punts)	1,5	La proposta és correcta i coherent amb els objectius de la campanya
Utilització de recursos. Si els recursos visuals i gràfics afavoreixen la comprensió del missatge i són adequats per al públic objectiu (0-4 punts)	3	Els recursos visuals i gràfics emprats són adequats i funcionen tot i no ser especialment innovadors.
To i estil		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	5	L'estil de campanya i el to proposats s'ajusten plenament a les especificacions detallades en el briefing.
Integració i coherència entre els elements audiovisuals i la imatge gràfica.		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	4	La integració entre els elements que configuren la campanya és elevada. Els codis visuals emprats en els diferents canals són els mateixos o molt similars i treballen, en gran mesura, de manera coherent i en la mateixa direcció. La connexió entre les parts és clara i es perceben com una unitat.
Adequació al manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre		
Grau d'adequació (0-5 punts)	Puntuació	Valoració
	2	L'adequació a les directrius del manual d'imatge corporativa és parcial però té en compte alguns dels aspectes referents a l'ús adequat del logotip i l'aplicació de colors de la marca, ús de tipografia, harmonització amb altres marques, aplicació del logotip de la marca a materials de promoció i campanyes de publicitat, aplicacions web, productes de comunicació, etc.
Estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials		
Criteri	Puntuació	Valoració
La proposta s'ajusta a la durada especificada (1 any) (1 punt)	1	La proposta s'ajusta a la durada especificada
La proposta inclou una descripció detallada de les accions (1 punt)	1	Les accions estan ben definides i descrites
La proposta inclou un cronograma amb la	0,5	Planteja un cronograma per fases, general.



seqüenciació de les accions (1 punt)		
La proposta inclou el pressupost de cada acció i compleix el requisits del 50% (1 punt)	0,5	Totes les accions estan quantificades però no s'ajusta al requisit del 50%
La proposta inclou estratègia de coordinació amb les xarxes socials (1 punt)	1	La proposta inclou l'estratègia de coordinació amb les xarxes socials



Certificat de l'eina Sobre Digital

Per a la licitació corresponent a "SERVEI DE CONCEPTUALITZACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I DEFINICIÓ D'UNA ESTRATÈGIA DE DIFUSIÓ D'UNA CAMPANYA DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DE LA MARCA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LES TERRES DE L'EBRE" amb el codi d'expedient "204/2025" que finalitza el termini per a la presentació d'ofertes el dia 14/07/2025, a les 23:59:59, les proposicions presentades mitjançant l'eina de Sobre Digital són les que es relacionen a continuació:

Denominació social	NIF	Data d'entrada	Hora d'entrada	Registre d'entrada
AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS SL	B66820853	09/07/2025	13:09:00	2025-E-RC-345
Arnold Films, S.L.	B66659301	14/07/2025	14:57:00	2025-E-RC-354
IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS SL	B66545757	14/07/2025	15:24:00	2025-E-RC-355
Lab Creative Studio S.L.	B67326272	14/07/2025	15:42:00	2025-E-RC-356
BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL SCCL	F66937426	14/07/2025	16:00:00	2025-E-RC-357
Town	B61504551	14/07/2025	18:39:00	2025-E-RC-358
MATERIA CREATIVA SL.	B62956909	14/07/2025	19:06:00	2025-E-RC-359
Films Nomades GS, SL	B43957745	14/07/2025	21:30:00	2025-E-RC-360



Registre d'obertura de sobre

Licitació: 204/2025

Sobre: Sobre A

Data	Acció
16/07/2025 09:57:48	El custodi Pere Moya Gasparin Moya Gasparin ha aplicat les credencials al sobre Sobre A, a data i hora 16/07/2025 09:57:48 (Credencials aplicades: 1/2).
16/07/2025 10:04:20	El custodi Patricia Curto Guillen ha aplicat les credencials al sobre Sobre A, a data i hora 16/07/2025 10:04:20 (Credencials aplicades: 2/2).
16/07/2025 10:05:58	El custodi Patricia Curto Guillen ha obert el sobre Sobre A, a data i hora 16/07/2025 10:05:58.
16/07/2025 10:09:07	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Document europeu unic de contractacio .pdf de l'oferta 200,386,909, a data i hora 16/07/2025 10:09:07
16/07/2025 10:09:10	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer espd-response 09-07-2025 12_31_47.xml de l'oferta 200,386,909, a data i hora 16/07/2025 10:09:10
16/07/2025 10:09:16	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III. ADSCRIPCIO MITJANS PERSONALS.pdf de l'oferta 200,386,909, a data i hora 16/07/2025 10:09:16
16/07/2025 10:14:24	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Deuc Arnold - Copate_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 16/07/2025 10:14:24
16/07/2025 10:14:26	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer DEUC - Marc Hierro_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 16/07/2025 10:14:26
16/07/2025 10:14:28	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III - ADSCRIPCIO MITJANS PERSONALS_arnold_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 16/07/2025 10:14:28
16/07/2025 10:14:30	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III - ADSCRIPCIO MITJANS PERSONALS_marc_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 16/07/2025 10:14:30
16/07/2025 10:22:45	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III - ADSCRIPCIO MITJANS PERSONALS_arnold_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 16/07/2025 10:22:45
16/07/2025 10:24:43	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer DEUC_COPATE_IMAGINA.pdf de l'oferta 200,403,534, a data i hora 16/07/2025 10:24:43
16/07/2025 10:24:45	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer DECLARACIO RESPONSABLE_COPATE_IMAGINA.pdf de l'oferta 200,403,534, a data i hora 16/07/2025 10:24:45
16/07/2025 10:31:30	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer DEUC_COPATE_LAB_signat.pdf de l'oferta 200,399,866, a data i hora 16/07/2025 10:31:30
16/07/2025 10:31:32	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III. ADSCRIPCIO MITJANS PERSONALS_COPATE_LAB_signat.pdf de l'oferta 200,399,866, a data i hora 16/07/2025 10:31:32
16/07/2025 10:33:17	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Document europeu únic de contractació - Plataforma de Serveis de Contractació Pública_ok_sign.pdf de l'oferta 200,403,523, a data i hora 16/07/2025 10:33:17
16/07/2025 10:33:19	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX3 - TECNIC_SIGN.pdf de l'oferta 200,403,523, a data i hora 16/07/2025 10:33:19



16/07/2025 10:34:21	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Document europeu únic de contractació - Plataforma de Serveis de Contractació Pública.pdf de l'oferta 200,397,501, a data i hora 16/07/2025 10:34:21
16/07/2025 10:34:23	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III. ADSCRIPCIÓ MITJANS PERSONALS.pdf de l'oferta 200,397,501, a data i hora 16/07/2025 10:34:23
16/07/2025 10:35:19	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Document europeu únic de contractació - Plataforma de Serveis de Contractació Pública.pdf de l'oferta 200,390,969, a data i hora 16/07/2025 10:35:19
16/07/2025 10:35:21	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III. ADSCRIPCIÓ MITJANS PERSONALS.pdf de l'oferta 200,390,969, a data i hora 16/07/2025 10:35:21
16/07/2025 10:36:36	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer DEUC_Filmsnomades_signat.pdf de l'oferta 200,404,052, a data i hora 16/07/2025 10:36:36
16/07/2025 10:36:38	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX III. ADSCRIPCIÓ MITJANS PERSONALS_signat.pdf de l'oferta 200,404,052, a data i hora 16/07/2025 10:36:38

Firma válida

Signat electrònicament per: Plataforma de Contractació Pública
Data :2025.07.16 10:38:03 CEST
Raó:Plataforma de Serveis de Contractació Pública
Lloc : Barcelona



Codi Validació: 96CFGEG3ZFNXP5N4ZMLL4HYN3
Verificació: <https://copate.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 24 de 28

Registre d'obertura de sobre

Licitació: 204/2025

Sobre: Sobre B

Data	Acció
16/07/2025 08:00:41	eLicitació ha demanat la paraula clau del sobre, a data i hora 16/07/2025 08:00:41.
16/07/2025 08:10:29	L'empresa MATERIA CREATIVA SL. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:10:29.
16/07/2025 08:17:23	L'empresa AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:17:23.
16/07/2025 08:40:22	L'empresa Town ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:40:22.
16/07/2025 08:42:00	L'empresa IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:42:00.
16/07/2025 08:47:09	L'empresa Lab Creative Studio S.L. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:47:09.
16/07/2025 08:59:37	L'empresa Films Nomades GS, SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 08:59:37.
16/07/2025 10:09:11	L'empresa BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL SCCL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 10:09:11.
16/07/2025 10:25:20	L'empresa Arnold Films, S.L. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre B, a data i hora 16/07/2025 10:25:20.
18/07/2025 09:55:54	El custodi Patricia Curto Guillen ha aplicat les credencials al sobre Sobre B, a data i hora 18/07/2025 09:55:54 (Credencials aplicades: 1/2).
18/07/2025 09:57:10	El custodi Pere Moya Gasparin Moya Gasparin ha aplicat les credencials al sobre Sobre B, a data i hora 18/07/2025 09:57:10 (Credencials aplicades: 2/2).
18/07/2025 10:07:34	El custodi Patricia Curto Guillen ha obert el sobre Sobre B, a data i hora 18/07/2025 10:07:34.
18/07/2025 10:07:44	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Terres_Ebre_Campanya_biosfera.pdf de l'oferta 200,386,909, a data i hora 18/07/2025 10:07:44
18/07/2025 10:07:51	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 2. JUDICI DE VALOR.pdf de l'oferta 200,386,909, a data i hora 18/07/2025 10:07:51
18/07/2025 10:08:06	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 2 - JUDICI DE VALOR_arnold_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 18/07/2025 10:08:06
18/07/2025 10:08:10	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ArnoldFilms_Conсорci de Politiques Ambientals de les Terres de l'Ebre_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 18/07/2025 10:08:10
18/07/2025 10:08:21	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer JUDICI DE VALOR_COPATE_IMAGINA.pdf de l'oferta 200,403,534, a data i hora 18/07/2025 10:08:21
18/07/2025 10:08:26	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer PROPOTA TECNICA_JUDICI DE VALOR_COPATE_LAB_signat.zip de l'oferta 200,399,866, a data i hora 18/07/2025 10:08:26
18/07/2025 10:08:33	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX2 - CRITERIS JUDICI DE VALOR_SIGN.pdf de l'oferta 200,403,523, a data i hora 18/07/2025 10:08:33
18/07/2025 10:08:36	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer proposta tecnicaLL.pdf de l'oferta 200,403,523, a data i hora 18/07/2025 10:08:36
18/07/2025 10:08:46	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les



	de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Annex 2_JUDICI DE VALOR.pdf de l'oferta 200,397,501, a data i hora 18/07/2025 10:08:46
18/07/2025 10:08:49	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Judici de Valor_ Reserva Biosphera Terres de l'Ebre.pdf de l'oferta 200,397,501, a data i hora 18/07/2025 10:08:49
18/07/2025 10:08:52	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer OK_Maqueta Spot Reserva Biopshera Terres de l'Ebre.mp4 de l'oferta 200,397,501, a data i hora 18/07/2025 10:08:52
18/07/2025 10:09:06	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer TerresDelEbre_PropostaTecnica.pdf de l'oferta 200,390,969, a data i hora 18/07/2025 10:09:06
18/07/2025 10:09:10	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 2. JUDICI DE VALOR.pdf de l'oferta 200,390,969, a data i hora 18/07/2025 10:09:10
18/07/2025 10:09:17	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 2. JUDICI DE VALOR_signat.pdf de l'oferta 200,404,052, a data i hora 18/07/2025 10:09:17
18/07/2025 10:09:20	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer dossier_licitacio_general_20250714_v2.pdf de l'oferta 200,404,052, a data i hora 18/07/2025 10:09:20



Registre d'obertura de sobre

Licitació: 204/2025

Sobre: Sobre C

Data	Acció
16/07/2025 08:00:41	eLicitació ha demanat la paraula clau del sobre, a data i hora 16/07/2025 08:00:41.
16/07/2025 08:10:33	L'empresa MATERIA CREATIVA SL. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:10:33.
16/07/2025 08:17:37	L'empresa AQUELLS NOIS TAN SIMPÀTICS SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:17:37.
16/07/2025 08:40:24	L'empresa Town ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:40:24.
16/07/2025 08:42:01	L'empresa IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:42:01.
16/07/2025 08:47:11	L'empresa Lab Creative Studio S.L. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:47:11.
16/07/2025 08:59:44	L'empresa Films Nomades GS, SL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 08:59:44.
16/07/2025 10:09:12	L'empresa BRUNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL SCCL ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 10:09:12.
16/07/2025 10:25:21	L'empresa Arnold Films, S.L. ha enviat la paraula clau del sobre Sobre C, a data i hora 16/07/2025 10:25:21.
23/07/2025 13:16:01	El custodi Patricia Curto Guillen ha aplicat les credencials al sobre Sobre C, a data i hora 23/07/2025 13:16:01 (Credencials aplicades: 1/2).
23/07/2025 13:21:04	El custodi Verònica Llorca Sanz Llorca Sanz ha aplicat les credencials al sobre Sobre C, a data i hora 23/07/2025 13:21:04 (Credencials aplicades: 2/2).
23/07/2025 13:34:27	El custodi Patricia Curto Guillen ha obert el sobre Sobre C, a data i hora 23/07/2025 13:34:27.
23/07/2025 13:37:45	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 3. PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS.pdf de l'oferta 200,386,909, a data i hora 23/07/2025 13:37:45
23/07/2025 13:37:59	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 3 - PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS_arnold_signed.pdf de l'oferta 200,398,621, a data i hora 23/07/2025 13:37:59
23/07/2025 13:38:10	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS_COPATE_IMAGINA.pdf de l'oferta 200,403,534, a data i hora 23/07/2025 13:38:10
23/07/2025 13:38:21	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 3. PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS_COPATE_LAB_signat.pdf de l'oferta 200,399,866, a data i hora 23/07/2025 13:38:21
23/07/2025 13:38:31	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX3 - OFERTA ECONOMICA_sign.pdf de l'oferta 200,403,523, a data i hora 23/07/2025 13:38:31
23/07/2025 13:38:43	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer Annex 3_PROPOSICIO ECONOMICA.pdf de l'oferta 200,397,501, a data i hora 23/07/2025 13:38:43
23/07/2025 13:38:51	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 3. PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS.pdf de l'oferta 200,390,969, a data i hora 23/07/2025 13:38:51
23/07/2025 13:39:02	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre (COPATE) - COPATE ha descarregat el fitxer ANNEX 3. PROPOSICIO ECONOMICA I ALTRES CRITERIS_signat.pdf de l'oferta 200,404,052, a data i hora 23/07/2025 13:39:02
23/07/2025 13:42:44	L'usuari amb rol validador Patricia Curto Guillen - Validador - Consorci de Polítiques Ambientals de les



