



INFORME DE VALORACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR DEL CONTRACTE DE SERVEI DE L'OFICINA TÈCNICA DE SUPORT A L'ESTRATÈGIA DE DIFUSIÓ DIGITAL I A LA PRODUCCIÓ DE LES FOTOGRAFIES I MATERIALS AUDIOVISUALS PER AL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ I PARTICIPACIÓ DE LES GERÈNCIES DE MISUUH

Contracte: 001_24004330

Objecte: Servei de l'Oficina Tècnica de suport a l'estratègia de difusió digital i a la producció de les fotografies i materials audiovisuals per als Departaments de Comunicació i Participació de les Gerències MISUUH.

1. INTRODUCCIÓ

En data 28 de juliol de 2025 es va obrir, en Mesa telemàtica, el sobre B del contracte assenyalat a l'encapçalament.

La licitadora que ha presentat proposta tècnica és la següent:

NIF LICITADORA	NOM LICITADORA
B66606716	2015 LEMON S.L

2. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

Els criteris subjectes a judici de valor tindran una puntuació màxima de 60 punts. Per poder continuar en el procés de valoració, les propostes hauran d'obtenir com a mínim 36 punts (equivalent al 60% de la puntuació màxima en aquest bloc).

L'avaluació d'aquests criteris de aniran a càrrec dels següents membres d'un comitè d'experts:

- Yolanda Agra, directora de comunicació digital de l'Ajuntament de Barcelona.
- Iolanda Garcia Ceprià, directora de Serveis d'Assessorament Jurídic de Jurídics de la Gerència d'Àrea de Mobilitat, Infraestructures i Serveis Urbans.
- Rocío Rubio González, cap del Departament de Projectes Estratègics de la Direcció de Comunicació.

Els criteris subjectes a judici de valor es centren en la valoració de la part del servei relacionada amb la cobertura audiovisual, incloent aspectes com la creació de guions de continguts audiovisuals, l'storyboard, la proposta de moments i localitzacions, així com la ideació de l'estratègia de difusió. Aquests criteris requereixen una avaluació qualitativa per triar la proposta que millor s'adapti a l'encàrrec, més enllà del preu o les millores tècniques.

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor es realitza mitjançant un exercici pràctic de cobertura audiovisual, ja que es considera que és el mètode més efectiu per obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.



Els criteris avaluables mitjançant judici de valor, amb una puntuació total màxima de 60 punts, es distribueixen de la següent manera:

Concepte	Puntuació
1. Proposta Creativa	Fins a 38 punts
1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge	Fins a 19 punts
1.1.1. Peça B (vídeo curt)	
1.1.1.1. Adequació del guió al missatge	Fins a 5 punts
1.1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge	Fins a 5 punts
1.1.2. Peça C (reportatge fotogràfic)	
1.1.2.1. Adequació del guió al missatge	Fins a 5 punts
1.1.2.2. Adequació de l'storyboard al missatge	Fins a 4 punts
1.2. Proposta d'execució de la producció	Fins a 19 punts
1.2.1. Peça B (vídeo curt)	
1.2.1.1. Moments i localització de la gravació	Fins a 5 punts
1.2.1.2. Tractament estètic (moodboard)	Fins a 5 punts
1.2.2. Peça C (reportatge fotogràfic)	
1.2.2.1. Moments i localització de la gravació	Fins a 5 punts
1.2.2.2. Tractament estètic (moodboard)	Fins a 4 punts
2. Estratègia de difusió de les peces	Fins a 22 punts
2.1. Estratègia de difusió de la peça B	Fins a 11 punts
2.2. Estratègia de difusió de la peça C	Fins a 11 punts

L'exercici s'ha de fer a partir de les següents premisses:

L'Ajuntament de Barcelona està duent a terme la transformació del carrer més emblemàtic de la ciutat: la Rambla. No hi ha una Rambla més coneguda que la de Barcelona, tant a nivell de país com fora de les nostres fronteres, i passejar per ella és una de les activitats imprescindibles de tothom qui visita la ciutat.

Les obres de la Rambla presenten una dificultat molt important, ja que els treballs han de conviure amb la ciutadania, els visitants i les activitats econòmiques que hi al llarg del passeig. Per aquest motiu, s'han planificat per fases per intentar reduir les molèsties al màxim possible. La data prevista per finalitzar les obres i estrenar La Nova Rambla és l'any 2027.

En aquest exercici ens situarem en aquell moment, l'any 2027, a punt de finalitzar les obres de reurbanització i inaugurar del nou passeig.

La Nova Rambla que és a punt d'inaugurar-se és més que mai un passeig, amb més espai disponible, tant per als visitants, com sobretot per a la resta de barcelonins i barcelonines. Reconnectar la Rambla amb el veïnat, de fet, és una de les prioritats. Per això, el nou passeig guanya nous espais d'estada on fer-hi vida, i la remodelació urbanística s'ha realitzat relligant els barris i millorant l'accessibilitat i la connectivitat entre el Raval i el Gòtic.



La Nova Rambla fomenta l'activitat econòmica i comercial, i aposta més que mai per la cultura. La cultura i la Rambla, de fet, van de bracet. No es poden concebre l'una sense l'altra: hi tenen seu grans equipaments culturals com el Gran Teatre del Liceu, el Centre Arts Santa Mònica, el Teatre Poliorama o l'Ateneu Barcelonès, i acull regularment esdeveniments de ciutat i país, com Sant Jordi, les Festes del Roser o el Tast a la Rambla

Situats, doncs, a l'any 2027, l'Ajuntament té interès en comunicar a la ciutadania el final de les obres i la inauguració de La Nova Rambla mitjançant diverses peces audiovisuals. L'exercici consistirà en:

- Peça B: Un vídeo curt per comunicar a la ciutadania de Barcelona
- Peça C: Un reportatge fotogràfic per publicar acompanyant la nota de premsa, i també per publicar a les xarxes socials institucionals i als webs municipals.

L'Ajuntament organitzarà dos actes per celebrar aquesta inauguració, prevista per a un dissabte: un acte institucional al matí amb autoritats i entitats al Palau de la Virreina, i una festa ciutadana que omplirà d'activitats culturals tot el passeig durant el dia de la inauguració. El vídeo (peça B) i el reportatge fotogràfic (peça C) han de recollir l'acte d'inauguració i la festa, com la transformació de l'espai, recollint l'ambient que s'hi respira. Tots els materials que es demanen han de reflectir:

- El moment històric que suposa la fita d'haver transformat el carrer més emblemàtic de Barcelona.
- Explicar els diferents espais que hi ha a La Nova Rambla.
- Els motius pels quals eren necessaris realitzar una gran reforma del passeig i els beneficis que aporta a la ciutadania (guanyar espai de passeig i crear nous espais d'estada, relligar els barris, actualitzar la urbanització a les necessitats actuals, afavorint l'activitat comercial i cultural.

Les empreses participants hauran de dissenyar la cobertura, producció de peces i estratègia de difusió d'una peça audiovisual tipus B i fotografies tipus C.

Aquest exercici inclourà els següents 10 documents:

Peça B (vídeo curt)

1. Guió: Ideació i relat en forma de guió de continguts
2. Storyboard. Descripció del guió audiovisual que narra la història
3. Pla de producció: Localització dels rodatges i moments
4. Pla de producció: Referències estètiques *moodboard* (adequació al guió i pertinència en relació al missatge a transmetre)
5. Estratègia de difusió: Proposta de formats, canals i calendari de publicació i s'ha d'argumentar com s'aconseguirien uns impactes qualitatius i quantitatius que s'han de definir com a objectius.

Peça C (reportatge fotogràfic)

6. Guió de la cobertura fotogràfica: Objectius i continguts clau a destacar
7. Storyboard: Explicació del relat cinematogràfic del reportatge (plànols)



8. Pla de producció: Localització dels rodatges i moments
9. Pla de producció: Referències estètiques moodboard (adequació al guió i pertinència en relació al missatge a transmetre).
10. Estratègia de difusió: Proposta de formats, canals i calendari de publicació i s'ha d'argumentar com s'aconseguirien uns impactes qualitatius i quantitatius que s'han de definir com a objectius.

Cada un dels 10 documents s'haurà de presentar per separat i constarà preferentment d'una extensió màxima de 4 cares. Les limitacions d'espai recomanades tenen com a objectiu, que les ofertes siguin concises i exposin el que es demana de manera breu, clara i entenedora. Tots els documents s'han de presentar en format PDF, mida DINA4, amb tipus de lletra Arial, mida 11 i interlineat simple.

1. Proposta creativa, fins a 38 punts

S'entén per proposta creativa el concepte intel·lectual fruit del procés del brífings i sotmès a direcció creativa. La valoració de la idea creativa es farà en base al guió i l'storyboard.

Justificació: La proposta creativa és clau perquè les peces transmetin a la ciutadania la importància de la importància de la reurbanització de la Rambla. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat i el to comunicatiu per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic, creant l'impacte desitjat i transmetent el missatge de l'Ajuntament.

Els 38 punts es distribueixen de la següent manera:

1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge, fins a 19 punts

S'entén per narrativa visual les diferents formes de transmetre el missatge amb imatges fixes o en moviment, per mitjà de tècniques i recursos que afecten a la imatge, la seva capacitat de transmetre informació i la seva eficàcia en aquest propòsit.

Justificació: El domini de les tècniques narratives visuals permet fer comprensible el missatge per al públic objectiu, concentrant allò que es vol expressar i la manera més impactant de fer-ho. El primer plantejament de les tècniques narratives que s'empraran en la peça audiovisual es detalla al guió, i a l'storyboard, i per tant es considera necessària la seva valoració. Els 19 punts es repartiran entre:

1.1.1. Peça B (vídeo curt)

1.1.1.1. Adequació del guió al missatge demanat, fins a 5 punts

Es valorarà la capacitat que té la història que s'explica per transmetre els 3 elements demanats, que són:

- El moment històric que suposa la remodelació de la Rambla.
- Explicar els diferents espais que hi ha al nou carrer.
- Els motius pels quals eren necessaris realitzar una gran reforma del passeig i els beneficis del nou espai.

Els punts es ponderaran de la següent manera:



Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del guió en transmetre els 3 elements demanats: posar en valor el moment històric que suposa la transformació, mostrar els diferents espais, i destacar el perquè calia fer la reforma i els beneficis que comporta per al veïnat.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si el guió transmet els 3 elements de manera impactant en quant al missatge.
- Bé si el guió transmet només 2 elements de manera impactant en quant al missatge.
- Insuficient si el guió transmet 1 o cap element de manera impactant en quant al missatge.

Justificació: L'adequació del guió ideat és clau perquè el missatge arribi a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic objectiu i creant l'impacte desitjat.

1.1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge demanat, fins a 5 punts.

Es valorarà que la translació del guió en llenguatge audiovisual sigui entenedora i atraient per a l'òptima transmissió del missatge demanat. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Plasmació a l'storyboard en llenguatge audiovisual del guió en els 3 elements demanats: posar en valor el moment històric que suposa la transformació, mostrar els diferents espais, i destacar el perquè calia fer la reforma i els beneficis que comporta per al veïnat.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si l'storyboard plasma els 3 elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.
- Bé si l'storyboard plasma només 2 dels elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.
- Insuficient si l'storyboard plasma 1 element o cap del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.

Justificació: L'storyboard és un document descriptiu que serveix de complement al guió. És una traducció a llenguatge audiovisual de la història que es vol explicar i serveixen de guia en la fase de producció de la peça. Per tant, es tracta d'un document fonamental en la valoració de les peces audiovisuals.

1.1.2. Peça C (reportatge fotogràfic)

1.1.2.1. Adequació del guió al missatge demanat, fins a 5 punts



Es valorarà la capacitat del guió per transmetre tots els elements demanats: posar en valor el moment històric que suposa la transformació, mostrar els diferents espais de La Nova Rambla, i destacar el perquè calia fer la reforma i els beneficis que comporta per al veïnat. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del guió en transmetre els 3 elements demanats: posar en valor el moment històric que suposa la transformació, mostrar els diferents espais, i destacar el perquè calia fer la reforma i els beneficis que comporta per al veïnat.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si el guió transmet els 3 elements de manera impactant en quant al missatge.
- Bé si el guió transmet només 2 elements de manera impactant en quant al missatge.
- Insuficient si el guió no transmet cap o només 1 dels elements de manera impactant en quant al missatge.

Justificació: L'adequació del guió ideat és clau perquè el missatge arribi a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber modular la creativitat per tal d'apropar-se al màxim al context, captant l'atenció del públic objectiu i creant l'impacte desitjat.

1.1.2.2. Adequació de l'storyboard al missatge demanat, fins a 4 punts

Es valorarà que la translació del guió en llenguatge cinematogràfic, el que componen el conjunt de les fotos proposades, sigui entenedora i atraient per a l'òptima transmissió del missatge demanat. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Plasmació a l'storyboard en llenguatge audiovisual del guió en els 3 elements demanats: posar en valor el moment històric que suposa la transformació, mostrar els diferents espais, i destacar el perquè calia fer la reforma i els beneficis que comporta per al veïnat.	0	2	4

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si l'storyboard plasma els 3 elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.
- Bé si l'storyboard plasma només 2 dels elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.
- Insuficient si l'storyboard no plasma cap o només 1 dels elements del missatge en llenguatge audiovisual de manera innovadora alhora que entenedora i atraient.



Justificació: L'storyboard és un document descriptiu que serveix de complement al guió. És una traducció a llenguatge audiovisual de la història que es vol explicar i serveixen de guia en la fase de producció de la peça. Per tant, es tracta d'un document fonamental en la valoració de les peces audiovisuals.

1.2. Proposta d'execució de la producció, fins a 19 punts

Un cop definida la narrativa visual de la peça audiovisual, és essencial concretar com s'executarà la proposta. Cal especificar el tractament estètic que s'aplicarà a la producció, així com els moments i espais que s'utilitzaran.

La valoració de la proposta d'execució es farà en base a dos criteris: la proposta de moments i localitzacions, i la proposta de moodboard.

1.2.1. Peça B (vídeo curt)

1.2.1.1 Moments i localització de la gravació, fins a 5 punts

Es valorarà la capacitat de les localitzacions escollides i els moments de la gravació proposats en transmetre el missatge que es demana de forma realista, natural, fidel als fets i continguts relacionats. Cal parar atenció que es desenvoluparan dos actes diferents: l'acte institucional al Palau de la Virreina i la festa ciutadana al llarg de la Rambla. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat de la localització i moments de la gravació proposats en transmetre el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si les localitzacions i els moments proposats transmeten el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts ; i si reflecteix amb detall els dos actes que s'organitzaran i la varietat d'espais de La Nova Rambla.
- Bé si les localitzacions i els moments proposats transmeten parcialment el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, però amb alguna manca de coherència o d'adequació respecte a l'objectiu comunicatiu, o només cobrint un dels dos actes organitzats per l'Ajuntament.
- Insuficient si les localitzacions i els moments proposats no transmeten el missatge que es demana de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, o no mostren ni els actes ni la varietat d'espais de la Rambla.

Justificació: L'elecció adequada dels diferents moments i localitzacions de la gravació segons el que proposa el guió, és important per assegurar que la història es percebi de manera realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, garantint una representació precisa per als espectadors.



1.2.1.2 Tractament estètic (*moodboard*), fins a 5 punts

Es valorarà l'adequació del tractament estètic proposat al guió i la seva pertinència respecte al missatge a transmetre. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Adequació del tractament estètic proposat (<i>moodboard</i>) al guió i pertinència respecte el missatge que es vol transmetre.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si el tractament estètic proposat és plenament adequat al guió i pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.
- Bé si el tractament estètic proposat té una adequació parcial al guió, però presenta inconsistències en l'estil, el to o l'enfocament visual que dificulten la transmissió clara i coherent del missatge.
- Insuficient si el tractament estètic proposat no és adequat al guió ni pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.

Justificació: Un tractament estètic (*moodboard*) adequat de les peces audiovisuals és clau per impactar en una audiència que rep multitud d'estímul diaris. Així, el tractament estètic de les peces audiovisuals pot determinar que el missatge arribi al públic objectiu i que la producció respongui a l'estil i als objectius de comunicació.

1.2.2. Peça C (reportatge fotogràfic)

1.2.2.1. Moments i localització de la gravació, fins a 5 punts

Es valorarà la capacitat de la localització i dels moments de les fotografies proposats en transmetre el missatge que es demana de forma realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, sense oblidar la creativitat necessària en un reportatge d'aquest tipus. També es valorarà que reflecteixi tot el que ha passat durant la jornada inaugural.

Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat de la localització i dels moments de les fotografies proposats en transmetre el missatge que es demana de forma realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats.	0	3	5

De cara a valorar, es considerarà:

- Molt bé si les localitzacions i els moments de les fotografies proposats transmeten el missatge de forma totalment realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, garantint una alta coherència i adequació als dos actes que s'organitzaran i mostrant amb detall com és la nova Rambla.



- Bé si les localitzacions i els moments de les fotografies proposats transmeten el missatge de forma parcialment realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats, però amb alguna manca de coherència o d'adequació respecte a l'objectiu comunicatiu, ja sigui per un to no adequat, o per no reflectir tot el que ha passat durant la jornada (no es mostren els diversos espais de la Rambla o només es cobreix un dels dos actes organitzats per l'Ajuntament).
- Insuficient si les localitzacions i els moments de les fotografies proposats no transmeten el missatge de forma realista, natural i fidel als fets i continguts relacionats o no es cobreix cap acte d'inauguració.

Justificació: L'adequació de la proposta de captació dels diferents moments i la localització concreta de les fotografies segons el que proposa el guió és important per garantir que la història arribi als espectadors de manera realista, natural, fidel als fets i continguts relacionats.

1.2.2.2 Tractament estètic (*moodboard*), fins a 4 punts

Es valorarà l'adequació del tractament estètic proposat al guió i la seva pertinència respecte al missatge a transmetre. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Adequació del tractament estètic proposat (<i>moodboard</i>) al guió i pertinència respecte el missatge que es vol transmetre	0	2	4

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si el tractament estètic proposat és totalment adequat al guió i pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.
- Bé si el tractament estètic proposat s'adequa parcialment al guió i pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.
- Insuficient si el tractament estètic proposat no és adequat al guió, ni pertinent respecte el missatge que es vol transmetre.

Justificació: El tractament estètic (*moodboard*) de les fotografies és clau per impactar en una audiència que rep multitud d'estímuls diaris. Així, el tractament estètic de les peces audiovisuals pot determinar que el missatge arribi al públic objectiu i que la producció respongui a l'estil i als objectius de comunicació.

2. Estratègia de difusió de les peces, fins a 22 punts

No n'hi ha prou amb crear un material audiovisual atractiu i adequat als missatges i públics objectiu; és igualment crucial que aquest material arribi a un nombre suficient de persones implicades. Si no s'assoleix aquesta difusió, la tasca de comunicació no compleix els seus objectius, i l'ús de recursos públics no és eficient. Els 22 punts es distribueixen de la següent manera:

2.1 Estratègia de difusió de la peça B, fins a 11 punts

Es valorarà la capacitat de la proposta per aconseguir els objectius marcats mitjançant el pla de difusió presentat, que inclou formats, canals i calendari. Els punts es ponderaran de la següent manera:



Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del pla (formats, canals i calendari) que permeten arribar als impactes qualitatius i quantitius proposats.	0	7	11

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren els impactes qualitatius i quantitius proposats.
- Bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren parcialment els impactes qualitatius i quantitius proposats.
- Insuficient si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) no asseguren cap dels impactes qualitatius i quantitius proposats.

Justificació: Es valora la capacitat de l'empresa per dissenyar i executar un pla de difusió eficient mitjançant formats, canals i calendari que permeti assolir els objectius qualitatius i quantitius proposats, assegurant així l'eficàcia de la comunicació.

2.2 Per l'estratègia de difusió de la peça C, fins a 11 punts

Es valorarà la capacitat de la proposta en aconseguir els objectius marcats mitjançant el pla de difusió presentat. Els punts es ponderaran de la següent manera:

Concepte	Valoració		
	Insuficient	Bé	Molt bé
Capacitat del pla (formats, canals i calendari) en arribar als impactes qualitatius i quantitius proposats.	0	7	11

De cara a valorar, es considerarà el següent:

- Molt bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren els impactes qualitatius i quantitius proposats.
- Bé si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) asseguren parcialment els impactes qualitatius i quantitius proposats.
- Insuficient si els elements del pla proposat (format, canals i calendari) no asseguren cap dels impactes qualitatius i quantitius proposats.

Justificació: Es valora la capacitat de l'empresa per dissenyar i executar un pla de difusió mitjançant formats, canals i calendari que permeti arribar a un impacte qualitatiu i un quantitatiu marcats com a objectius per part de l'empresa en la proposta.



3. VALORACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

A continuació es detalla la valoració que ha obtingut la licitadora en cadascun dels criteris a valorar:

1. Proposta Creativa

1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge

1.1.1. Peça B (vídeo curt)

1.1.1.1. Adequació del guió al missatge

El jurat valora molt positivament el guió que presenta l'empresa 2015 LEMON SL, proposant una peça audiovisual centrada en les persones, com a agents principals que gaudiran de la reforma de la Rambla. Valorem que, en comptes de centrar-se en un vídeo explicatiu de la reforma, s'intenti donar veu a la ciutadania perquè expressi amb les seves paraules el guany que experimenta el carrer.

En el guió es pot veure la intenció de fer notar que la reforma de la Rambla no és una reurbanització qualsevol, sinó segurament la més important que es fa a Barcelona. Es valora positivament la tria d'un lema i diverses frases que fan notar aquest objectiu de reflectir el moment històric que es viu.

També es compleix l'objectiu d'explicar els diversos espais guanyats, tant en els textos sobreimpressionats com en les declaracions de les persones que hi apareixen. En aquestes declaracions també s'insinuen els problemes que patia la Rambla i que han portat a fer la reurbanització. Per tant, també es compleix el tercer objectiu demanat.

Valorem que la tria de persones com a protagonistes de vídeo permetrà apropar el missatge a la ciutadania i guanyar en interès i notorietat.

VALORACIÓ: MOLT BÉ. 5 punts

1.1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge

El jurat valora positivament l'adequació del guió a l'storyboard, que aconsegueix fer-se una idea fidel de la proposta de peça audiovisual que es proposa. Les persones continuen sent les protagonistes, i veiem a l'storyboard que tenen una presència destacada a la peça, amb plànols propers que permet identificar les persones que parlen i els col·lectius als que representen.

Valorem l'esforç per intentar donar veu a una àmplia varietat dels agents que intervenen a la Rambla (gent gran, joves, comerciants, etc. tot i que es troba a faltar algun col·lectiu, com representants d'algunes entitats culturals o artístiques que tenen seu a la Rambla. A l'hora, l'storyboard permet veure com es mostren alguns dels nous espais de la Rambla, i també la festa d'inauguració que hi té lloc.

VALORACIÓ: MOLT BÉ: 5 punts



1.1.2. Peça C (reportatge fotogràfic)

1.1.2.1. Adequació del guió al missatge

Com en el cas del guió de la peça audiovisual, es valora positivament que el reportatge fotogràfic compti amb peces que volen transmetre la notorietat de la reurbanització i el moment històric que es viu, així com mostrar alguns dels nous espais. També es recullen els dos actes que s'hi celebren i es mostren també les relacions socials que hi tenen lloc i també una mostra del verd guanyat.

L'empresa ha optat per col·locar aquest reportatge fotogràfic en un hipotètic carrusel d'Instagram que podria servir per comunicar a les xarxes socials de l'Ajuntament aquesta notícia. Encara que no es demanava a les bases d'aquest punt concret de l'exercici, aquesta adaptació permet entendre millor la idea proposada i el guió i fil conductor de les fotos realitzades.

VALORACIÓ: MOLT BÉ. 5 punts.

1.1.2.2. Adequació de l'storyboard al missatge

L'storyboard també permet fer-se una idea de com es plasmaria el guió en les fotografies que es realitzarien per l'equip de 2015 LEMON SL. Valorem que es compleixen els 3 requisits demanats en la proposta, tal i com ja es deixava entreveure en el guió.

Malgrat això, el fet de centrar-ho en un carrusel d'Instagram i no en un reportatge fotogràfic ampli, que pugui servir també per acompanyar peces al web de l'Ajuntament o per acompanyar la nota de premsa, limita les fotografies proposades a 10 (ja que estan relacionades amb cada slide del carrusel). En aquest sentit, trobem a faltar certs aspectes que en el reportatge haurien d'aparèixer per poder complir completament el segon objectiu (mostrar els diferents espais). Caldrien més fotografies dels nous espais, detalls de la urbanització, etc.

VALORACIÓ: BÉ. 2 punts

1.2. Proposta d'execució de la producció

1.2.1. Peça B (vídeo curt)

1.2.1.1. Moments i localització de la gravació

El jurat valora com a adients les localitzacions proposades, i es valora el fet de mostrar diversos punts de la Rambla, alguns dels nous espais que es guanyen com a zones d'estada i relació, i també es considera positiu el fet que la gravació es faci en quatre moments diferents del dia (de bon matí, mig matí, tarda i vespre). D'aquesta manera es transmet com canvia el carrer depenent del moment, la llum, etc. i aconsegueix transmetre la idea de notorietat i importància que es volia aconseguir.



Tot i això, es troba a faltar alguna localització a la part més baixa de la Rambla, tocant al monument a Colom, un dels punts més emblemàtics i on la urbanització ha guanyat més espai. A més, és el lloc que considerem que més transmet la idea de la Rambla com a punt de connexió de la ciutat amb el mar. El pla de localitzacions proposat s'hi acosta, amb una localització al Teatre Principal, però encara lluny d'aquest punt emblemàtic.

Es compleix l'objectiu de mostrar els dos actes que s'hi celebren, reflectits en els seus hipotètics horaris i localitzacions, finalitzant en un punt emblemàtic per la Rambla, com és davant del Gran Teatre del Liceu.

VALORACIÓ: BÉ. 3 punts.

1.2.1.2. Tractament estètic (moodboard)

La proposta realitzada aposta per un enfocament càlid, i proper, amb llum natural i colors ocres, verds i taronges, amb plànols que centrin l'atenció en la ciutadania que hi parla. Valorem la consistència i coherència de la proposta, però trobem a faltar un tractament que sigui més festiu i que transmeti a primer cop d'ull més alegria i felicitat. El guió recull declaracions positives i festives, amb actes de celebració; però el moodboard proposat, a judici del jurat, no acaba de transmetre els mateixos sentiments.

VALORACIÓ: BÉ. 3 punts.

1.2.2. Peça C (reportatge fotogràfic)

1.2.2.1. Moments i localització de la gravació

El jurat valora positivament la proposta de localitzacions i moments del reportatge fotogràfic, realitzat en diversos espais i moments, seguint l'activitat que s'hi duu a terme i mostrant alguns dels espais més emblemàtics i alguns dels punts que es guanyen com a espais d'estada.

Es valora positivament que en el reportatge fotogràfic s'incorpori una imatge de la part propera al monument a Colom, un dels elements que es trobaven a faltar en la peça audiovisual.

VALORACIÓ: MOLT BÉ. 5 punts

1.2.2.2. Tractament estètic (moodboard)

De la mateixa manera que es comentava en l'apartat referent a la peça audiovisual, es valora la coherència i argumentació de la proposta de 2015 LEMON SL, però es troba a faltar unes tonalitats més festives i que aconseguixin transmetre l'alegria del moment a la ciutadania.

VALORACIÓ: BÉ. 2 punts.



2. Estratègia de difusió de les peces

2.1. Estratègia de difusió de la peça B

Considerem adient el pla proposat per 2015 LEMON SL en la difusió de la peça B, considerant no només un canal, sinó tenint en compte les diverses xarxes socials que té l'Ajuntament a diverses plataformes, donant importància també a perfils com el del Districte de Ciutat Vella o el Tik Tok de Joves (es valora l'objectiu d'arribar a diversos públics i col·lectius).

També es valora la proposta de crear un vídeo llarg, que permeti explicar amb detall tots els continguts, alhora que es creen peces més breus optimitzades per a les xarxes socials. També es considera molt positivament la creació de teasers previs al vídeo final, aconseguint generar expectativa i atenció sobre la inauguració de la Rambla.

VALORACIÓ: MOLT BÉ: 11 punts

2.2. Estratègia de difusió de la peça C

El jurat també valora positivament l'estratègia de difusió del reportatge fotogràfic, que proposa la creació de diversos formats i propostes adaptades a diverses xarxes i canals. També valorem que es tinguin en compte peces prèvies a la celebració i posteriors, amb un altre enfocament, que permeten aconseguir impactes en la ciutadania de diverses maneres.

VALORACIÓ: MOLT BÉ. 11 punts.

4. RESULTAT FINAL DE LA VALORACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

La puntuació final assolida per la licitadora corresponent als criteris avaluable mitjançant judici de valor, és de 52 punts, d'acord amb el desglossament que s'ha exposat, és la següent:

Concepte	Punts
1. Proposta Creativa	30
1.1. Adequació de la narrativa visual al missatge	17
1.1.1. Peça B (vídeo curt)	
1.1.1.1. Adequació del guió al missatge	5
1.1.1.2. Adequació de l'storyboard al missatge	5
1.1.2. Peça C (reportatge fotogràfic)	
1.1.2.1. Adequació del guió al missatge	5
1.1.2.2. Adequació de l'storyboard al missatge	2
1.2. Proposta d'execució de la producció	13



1.2.1. Peça B (vídeo curt)	
1.2.1.1. Moments i localització de la gravació	3
1.2.1.2. Tractament estètic (moodboard)	3
1.2.2. Peça C (reportatge fotogràfic)	
1.2.2.1. Moments i localització de la gravació	5
1.2.2.2. Tractament estètic (moodboard)	2
2. Estratègia de difusió de les peces	22
2.1. Estratègia de difusió de la peça B	11
2.2. Estratègia de difusió de la peça C	11

S'emet el present informe als efectes oportuns.

31 de juliol de 2025

Yolanda Agra Rustarazo

Directora de comunicació digital de l'Ajuntament de Barcelona.

Iolanda Garcia Ceprià

Directora de Serveis d'Assessorament Jurídic de la Gerència d'Àrea de Mobilitat,
Infraestructures i Serveis Urbans.

Rocío Rubio González

Cap del Departament de Projectes Estratègics de la Direcció de Comunicació.

