

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DE LES PROPOSTES PRESENTADES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS PER A LA PRODUCCIÓ I GESTIÓ INTEGRAL DE LA PROPERA EDICIÓ DEL 080 BARCELONA FASHION QUE SE CELEBRARÀ A BARCELONA L'ABRIL I OCTUBRE DE 2026 PER PROCEDIMENT OBERT HARMONITZAT

Atès que en data 19 de desembre de 2025 es va publicar l'anunci de licitació al Diari Oficial de la Unió Europea (DOUE), juntament amb els plecs de clàusules administratives particulars i les tècniques, de la licitació per procediment obert harmonitzat, dels serveis per a la producció i gestió de l'edició del 080 Barcelona Fashion, que se celebrarà a Barcelona durant el mes d'abril de 2026, amb número de referència: CCAM-2026-3.

Vist que en data 26 de gener de 2026, a les 14:00 hores, va finalitzar el termini per a la presentació de sol·licituds.

Atès que la relació d'empreses que s'han presentat i els lots corresponents és la següent:

EMPRESA	LOTS						
	1	2	3	4	5	6	7
ESMA PROYECTOS							
EQUIPO SINGULAR							
EQUIS EQUIS ELE COMUNICACIÓN							
THE KILITE							
DLAB							
MEETMAPS							
S22 DIGITAL							
PADCELONA							
DE BOER							

Atès que el passat 27 de gener de 2026 es va procedir a l'obertura del sobre A, i un cop requerida la documentació que no es va aportar en el seu moment, les empreses han aportat tota la documentació reclamada i es dona validesa a tota la documentació.

Atès que el passat 3 de febrer de 2026 es va procedir a l'obertura del sobre B i, un cop obert, es va revisar que la documentació presentada per cadascuna de les empreses no inclogués la documentació que hauria de constar en el Sobre "C". Per part dels membres de la mesa de contractació es va acordar admetre totes les propostes.

Atès que l'annex VII del plec de clàusules administratives (Criteris d'Adjudicació) estableix dos tipus de valoració:

A) Criteris d'adjudicació la valoració dels quals requereixen un judici de valor: sobre B (fins a 50 punts)

Les ofertes es valoraran d'acord amb els criteris següents:

Proposta del projecte de les empreses participants..... **fins a 50 punts**

Criteris d'aplicació específica a cada lot:**Lot 1: Producció, Direcció Artística i Càsting fins a 50 punts**

- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte..... fins a 10 punts
- Proposta de projecte, concepte creatiu i relat amb memòria descriptiva dels continguts proposats..... fins a 20 punts
- Proposta de materials audiovisuals i fotogràfics..... fins a 4 punts
- Proposta de càsting de models..... fins a 14 punts
- Proposta d'acte de cloenda..... fins a 2 punts

Lot 2: Gestió Premsa Nacional i Estatal, relacions públiques i protocol i patrocini.....fins a 50 punts

- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte.....fins a 10 punts
- Estratègia de comunicació i proposta de pla de mitjans.....fins a 20 punts
- Proposta de contractació de de pla de creadors/es de continguts fins a 3,5 punts
- Quantitat i Qualitat del llistat de rpp i vips.....fins a 1,5 punts
- Proposta de Pla de patrocini, especificant aportacions estimades econòmiques així com també les aportacions de patrocini en producte, estimant unitats i valor econòmic d'aquestes i proposta de Pla d' empreses col·laboradores..... fins a 10 punts

- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del pla de patrocini..... fins a 3 punts
- Carta d'interès de participació dels possibles patrocinadors i/o col·laboradors.....fins a 2 punts

Lot 3: Gestió Premsa Internacional, Relacions Internacionals i Recerca de continguts.....fins a 50 punts

- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del
- Projecte i proposta de pla de treball internacional.....fins a 10 punts
- Estratègia de comunicació i proposta de Pla de Mitjansfins a 25 punts
- Proposta de pla de creadors de continguts.....fins a 5 punts
- Quantitat i qualitat del llistat proposat de premsa internacional, estilistes i altres professionals internacionals a qui es dirigiran les comunicacions.....fins a 5 punts
- Metodologia per a la prospecció, assessorament i recerca de continguts, proposta detallada de nous continguts proposats.....fins a 5 punts

Lot 4: Gestió i execució del pla de digitalització del 080 Barcelona Fashion, web 080barcelonafashion.cat i canal de TV 080fins a 50 punts

- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar del Pla digital del 080 Barcelona Fashion i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte..... fins a 30 punts
- Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar del manteniment del web 080barcelonafashion.cat, accessibilitat i adaptació als continguts i imatge de l'ediciófins a 15 punts
- Presentació, disseny i proposta, pla de treball (planning) a realitzar del canal de retransmissió 080.....fins a 5 punts

Lot 5: Disseny, conceptualització i implementació de la imatge gràfica del 080 Barcelona Fashion.....fins a 50 punts

- Presentació del dossier creatiu.....fins a 25 punts
- Proposta del pla de treball, cronogrames de treball i coordinació amb els equips,.....fins a 10 punts
- Implementació de la imatge gràfica als diferents suports amb els seus exemples.....fins a 15 punts

Lot 6: Desenvolupament, implantació i manteniment de la plataforma d'acreditació digital i el control d'accésfins a 50 punts

- Proposta del pla de treball, cronogrames de treball i coordinació amb els equips,.....fins a 10 punts
- Especificitats i capacitats tècniques i qualitatives de la plataforma d'invitacions i acreditacions.....fins a 25 punts
- Adaptació i flexibilitat de la plataforma a les necessitats del 080 Barcelona Fashionfins a 10 punts
- Proposta de control d'accessos i informes de dades assistència.....fins a 5 punts

Lot 7: Disseny, instal·lació, lloguer i desinstal·lació d'una estructura efímera.....fins a 50 punts

- Pla de treball detallat, cronograma i capacitat de coordinació amb el lot 1.....fins a 5 punts
- Disseny, qualitat arquitectònica i acabats premium de l'estructura proposada.....fins a 25 punts
- Proposta de project management i control de les diferents fases del projecte (disseny, muntatge i desmuntatge) l'espai.....fins a 5 punts
- Proposta de customització de l'estructura per a l'esdeveniment 080 Barcelona Fashion.....fins a 12,5 punts
- Mesures addicionals de seguretat, sostenibilitat i altres certificacionsfins a 2,5 punts

La puntuació pel que fa als criteris d'aplicació específica per empresa i per lot són els següents:

Lot 1: Producció, Direcció Artística i Càsting

	<i>Punt. màxima</i>	ESMA
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte	10	9,17
Proposta de projecte, concepte creatiu i relat amb memòria descriptiva dels continguts proposats	20	18
Proposta de materials audiovisuals i fotogràfics	4	4
Proposta de càsting de models	14	12
Proposta d'acte de cloenda	2	1,63
TOTAL	50	44,80

ESMA PROYECTOS, SL:

La proposta que realitza ESMA es valora molt positivament a nivell general i adient al concepte i necessitats de la 080 Barcelona Fashion.

El disseny d'espais proposats per al village es veuen encertats i executables, i suposarien un canvi estètic important en relació amb anteriors edicions. A més, el concepte creatiu i els materials escollits son molt adients a la celebració de Barcelona com a capital mundial de l'arquitectura 2026. Igualment, suposa un canvi estètic important en aquest moment de canvi d'escenari, passant del Recinte Modernista a un espai molt més minimalista, seguint el Moviment Modern i estil internacional d'aquests dos grans arquitectes.

Quant a la senyalètica, aquesta es considera suficient i es valora molt positivament el suport que va en consonància amb l'espai i la idea de la vinculació als dos arquitectes. No es valora a nivell estètic per estar supeditada a la proposta de l'adjudicatari del Lot 5. Tot i això, es fa notar que, en qualsevol cas, la senyalètica proposada es pot adaptar a qualsevol imatge gràfica.

El número de vestuaris i serveis associats tant a vestuaris com al backstage es veuen adients i suficients per algunes de les marques, havent-se presentat plànols tant de backstage com de vestuaris. En cas d'adjudicació, s'haurà de mirar d'ampliar alguns dels vestuaris per abrigar col·leccions que tindran contemplats bastants looks.

Contemplan sala de premsa i despatxos de treball amb ubicació general, tot i que no presenten plànols.

Pel que fa a la sala de desfilades, proposen un concepte creatiu adient per a que puguin dur-se a terme les diferents desfilades, amb les corresponents personalitzacions i una il·luminació sofisticada i customitzable per crear diferents ambients. El seating en format de grades també es considera encertat i veu ampliada la capacitat d'aforament a 610 pax., cosa que suposa una millora considerable d'aforament vers les darreres edicions.

Quant a materials audiovisuals, detallen el número de peces audiovisuals que crearan i quan les lliuraran, un aspecte fonamental per al bon curs de la programació.

També proposen continguts audiovisuals que van més enllà del que marca els plecs. Així mateix, tenen en compte el lliurament de fotografies per a l'ús de XXSS 080 amb el seu corresponent format.

En aquesta edició proposen incorporar noves càmeres en les gravacions a través de la gravació amb drons (tant exterior com a la passarel·la interior)

La proposta de serveis TIC es suficient.

El càsting proposat es valora positivament, tant en quantitat com en qualitat, també es troba a faltar més diversitat de cossos. Es valora positivament el relat i atributs associats al càsting general presentat, però es podria millorar aquest relat associant-lo i personalitzant-lo a la tipologia de marques 080, oferint un relat una mica diferent per cada tipologia de marques. Tot i així, hem de tenir en compte que l'empresa no té coneixement de les marques participants en cada edició en el moment de presentar la proposta.

El nivell i reconeixement del càsting proposat és molt bo, i s'espera que de tot el ventall d'opcions presentades, les finalment opcionades ofereixen una singularització a la 080 Barcelona Fashion respecte a d'altres plataformes estatals.

La proposta d'acte de cloenda és suficient, i proposa molts moments i espais de generació de comunitat, oferint unes interaccions innovadores entre els assistents. Es troba a faltar una proposta més aterrada a través de renders.

Lot 2: Gestió Premsa Nacional i Estatal, rpp i protocol i patrocin

	Punt. màxima	EQUIPO SINGULAR
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte	10	9,17
Estratègia de comunicació i proposta de pla de mitjans	20	17,67
Proposta i contractació de pla de creadors/es de continguts	3,5	2,83

Quantitat i Qualitat del llistat de rrpp i vips	1,5	1
Proposta de Pla de patrocini, especificant aportacions estimades econòmiques, així com també les aportacions de patrocini en producte, estimant unitats i valor econòmic d'aquestes, i proposta de Pla d'empreses col·laboradores	10	8
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per a la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del pla de patrocini	3	2,5
Carta d'interès de participació dels possibles patrocinadors i/o col·laboradors	2	1,5
TOTAL	50	42,67

EQUIPO SINGULAR:

L'objecte del present informe és la valoració tècnica de la proposta presentada, d'acord amb els criteris establerts en el plec de prescripcions tècniques, en relació amb el pla de treball, l'estratègia de comunicació, relacions públiques, protocol, gestió d'influencers i patrocinis de l'esdeveniment.

El pla de treball presentat estructura de manera ordenada les principals fites del projecte, diferenciant adequadament les actuacions previstes en les fases prèvia, de desenvolupament i posterior a l'esdeveniment. L'estratègia general es fonamenta en la definició d'un pla de comunicació integral, combinant accions en mitjans tradicionals, digitals i xarxes socials, amb l'objectiu de maximitzar la visibilitat de l'esdeveniment i garantir l'alineació amb els valors estratègics de la plataforma.

L'estratègia definida en l'àmbit de comunicació i premsa es valora favorablement, atès que contempla els principals eixos d'anàlisi (cobertura, consideració del mitjà i reacció), establint per a cadascun d'ells els objectius, les tàctiques de mitjans, els formats i els indicadors de seguiment corresponents.

El pla de mitjans proposat es considera adequat i eficaç. Es valora positivament la col·laboració amb mitjans paid especialitzats i amb influenciadors per a l'amplificació de l'esdeveniment.

El llistat de mitjans de premsa d'àmbit nacional i estatal presenta una cobertura quantitativa i qualitativa satisfactòria, incloent-hi mitjans digitals i detallant el públic objectiu, audiències i mètriques.

La segmentació de mitjans segons el públic objectiu es considera adequada i coherent amb els valors de la plataforma, essent suficient per donar cobertura a les diferents tipologies de marques participants.

Les tasques de gabinet de premsa proposades es consideren suficients i adequades, incloent la gestió d'entrevistes i desplaçaments, la redacció i difusió de notes de premsa i la coordinació amb les marques participants.

El pla d'influenciadors màrqueting digital s'ajusta al pressupost previst en el plec, amb una clara prioritització de les plataformes Instagram i TikTok. Els perfils proposats es consideren adequats en termes de potencial i adequació al públic objectiu, valorant-se especialment l'aposta per perfils amb un alt nivell d'interacció amb la seva audiència. Manquen influenciadors que utilitzen el català com a llengua preponderant.

Es valora molt positivament la incorporació de sistemes de mesura i avaluació de resultats.

Els objectius definits en l'àmbit de les relacions públiques i del protocol, així com les actuacions associades, es valoren favorablement. Tanmateix, es considera necessària una actualització constant dels llistats corresponents amb caràcter previ a l'edició de l'esdeveniment.

El cronograma establert és adequat, si bé es detecta la manca d'inclusió explícita d'entitats del sector en els blocs específics de protocol i relacions públiques.

La proposta contempla una previsió de sitting segmentada per grups d'interès, condicionada a la disponibilitat i distribució definitiva dels seients, d'acord amb el projecte que presenti l'empresa adjudicatària del lot 1. L'equip d'hostesses i de control d'accessos proposat es considera adequat.

Les categories i sectors de patrocini proposats es consideren adequats i necessaris per al correcte desenvolupament de l'esdeveniment. Tanmateix, es constata l'absència d'una quantia mínima de referència i es considera insuficient un compromís limitat a un període de dos anys, atès l'impacte que pot tenir en la denominació i el posicionament de l'esdeveniment.

La resta de categories es valoren positivament tant pel que fa a les quanties com a les prestacions i contraprestacions associades, així com la voluntat d'establir acords de col·laboració a llarg termini.

Les actuacions proposades com a millores en l'àmbit de la comercialització es valoren favorablement, si bé no es consideren com a millores al plec, sinó com a canals operatius per facilitar el desplegament de l'estratègia i del pla de treball de patrocinis, així com per mantenir un contacte continuat amb potencials entitats patrocinadores.

En base a l'anàlisi efectuada, la proposta presentada compleix de manera adequada els requeriments tècnics establerts en el plec, presentant una planificació coherent, una estratègia de comunicació sòlida i uns mecanismes de seguiment i mesura adequats. No obstant això, es formulen les observacions indicades en relació amb recursos humans assignats al sitting de sala, la manca d'influenciadors que utilitzin el català, la definició de quanties mínimes de patrocini i l'ampliació de possibles vies de finançament de continguts complementaris a les desfilades.

Lot 3: Gestió Premsa Internacional, Relacions Internacionals i Recerca de continguts

	<i>Punt. màxima</i>	XXL
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte i proposta de pla de treball internacional	10	9
Estratègia de comunicació i proposta de pla de mitjans	25	22,33
Proposta i contractació del pla de creadors/es de continguts internacionals	5	4
Quantitat i qualitat del llistat proposat de premsa internacional, estilistes i altres professionals internacionals a qui es dirigiran les comunicacions	5	3,5
Metodologia per a la prospecció, assessorament i recerca de continguts, proposta detallada de nous continguts	5	4,33
TOTAL	50	43,16

XXL COMUNICACIÓN:

Els objectius marcats com estratègics es veuen adients i segueixen suposant un repte per a tota l'organització. Es valora positivament el fet de que des de l'agència es dugui a terme un diàleg constant amb els mitjans i creadors de continguts per tal d'adaptar i proposar els continguts no només en un global sinó adaptant cada narrativa de marca segons les tendències i el què requereix el mitjà.

L'empresa proposa establir les relacions amb els gabinets de premsa internacionals, actuant en el seu cas com a agència mare per a una millor gestió de la comunicació. Els esforços es dirigeixen a mitjans 100% digitals.

Es valora favorablement la segmentació per països i l'estratègia comunicativa adaptada a cadascun d'aquests països, donant èmfasi en els mercats europeus més forts, tant en promoció de moda com en consum de producte moda: Regne Unit, França i Itàlia. Aquesta estratègia per països focalitzada en Europa es considera adient, també perquè són els països on en les darreres temporades hem centrat els esforços i són també els de més rellevància.

Així mateix, es valora favorablement els mercats seleccionats: en el cas de França i Itàlia no tan sols perquè es tracta de mercats molt importants en si mateixos, sinó també prescriptors

que permeten arribar a d'altres països. Regne Unit és especialment important perquè allà hi ha establert mitjans que no només tenen audiència al Regne Unit, sinó que són referents a nivell global.

Dintre del mix de mercats no europeus, la selecció d'Estats Units també es considera molt adequada, atès que aquest mercat es troba novament dins de la diana de mercats claus d'aquest 2026 en quant a comunicació de moda i un mercat a donar suport des de l'àmbit públic degut a les dificultats que tindran les marques de moda per vendre en aquest país des de que hi ha tensions comercials i aranzelàries en els darrers temps.

També valora favorablement l'inici de contactes amb Japó, encara que no sigui amb inversió ni dins del pla de mitjans. Prestar atenció a Dinamarca, Portugal i Corea del Sud com a plataformes similars a la de Barcelona és també bo per la constant innovació de la nostra plataforma.

L'estratègia de comunicació i premsa internacional i el mix de mitjans proposat es considera adient, així com la concentració d'esforços en les fases durant i post esdeveniment.

Es valora de manera molt favorable l'estratègia de key editors que es proposa convidar a Barcelona, atès que conjuga el potencial del branded content dels mitjans amb el seu prestigi personal com a creadors i creadores de continguts.

Quant al pla d'influencers internacionals, la selecció de persones és molt adequada, amb perfils com José Criales o Hanan Besovick, que aporten un elevat grau de reputació a la plataforma. Es troba a faltar més informació sobre cadascun dels creadors de continguts proposats, com per exemple l'engament rate i el tipus d'audiència de cadascun.

L'estratègia proposada per als EEUU es considera adequada, i és valora favorablement com un canal diferent d'entrada al mercat, més enllà del pla de mitjans contractat, que resultaria insuficient, pressupostàriament parlant, degut a les altes tarifes que tenen aquests tipus de mitjans.

L'estratègia de locals internacionals té caràcter continuista respecte edicions anteriors, però es considera correcta en base a les necessitats expressades. Alhora, la metodologia de treball que exposen és bona i sembla l'adient.

Es valora positivament els dos escenaris de contractació de pla de mitjans proposats i adients a la filosofia de la 080 Barcelona Fashion i a les marques que hi participen.

Es valora positivament les tasques de gabinet de premsa i el treball constant per tal de maximitzar la cobertura orgànica. El cronograma de treball per fases és encertat tant en tasques com en temps.

Pel que fa a la proposta de recerca de continguts, tant de possibles marques nacionals per desfil·lar com altres perfils internacionals, sigui per desfil·lar o sigui per xerrades, exposicions, etc., es valora la proposta molt favorablement, essent aquesta molt encertada per al tipus de plataforma que és 080, multidisciplinar i diversa.

Lot 4: Gestió i execució del pla de digitalització del 080 Barcelona Fashion, web 080barcelonafashion.cat i canal de TV 080

	<i>Punt. màxima</i>	THE KILITE
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar del Pla digital del 080 Barcelona Fashion i protocol d'actuacions per la coordinació amb les empreses subcontractades per l'execució i desenvolupament del projecte	30	28
Presentació, proposta, pla de treball (planning) a realitzar del manteniment del web 080barcelonafashion.cat, accessibilitat i adaptació als continguts i imatge de l'edició	15	13,33
Presentació, disseny i proposta, pla de treball (planning) a realitzar del canal de retransmissió 080	5	3,83
TOTAL	50	45,16

THE KILITE:

La seva proposta està molt detallada i es valora molt favorablement el pla de treball proposat, tant en concepte com en execució i equips.

Els objectius de marca son amplis i alineats amb la plataforma. Els objectius digitals per cadascun dels pilars així com els seus indicadors son clars i encertats. També relaten els objectius de contingut i en base a tot això es concreta amb molt de detall quines seran les comunicacions que es crearan i publicaran en cadascuna de les fases i en quines dates les proposen. Hi ha molt detall en la proposta.

També es valora favorablement que figuri com a objectiu prioritari la creació de continguts entre edicions per donar continuïtat a la comunitat 080.

També es considera molt encertada la proposta de contractació d'influencers i fotògrafs per cobrir amb continguts en directe què està passant tant a la passarel·la com en el backstage i village.

Diferencien i editen publicacions específiques a les diferents XXSS segons el tipus de públic objectiu i el propòsit, i expliquen què volen comunicar en cadascun d'ells de forma explícita.

Es valora molt favorablement que versin tota la proposta sobre el "propòsit" de la plataforma i la motivació d'aquest. Igualment es valora que es contempli el 080 i la seva comunitat com un "moviment" i en constant transformació.

Es valora molt favorablement l'enfocament estratègic a partir de l'autenticitat. L'hiper autenticitat és la tendència que més ressalta en aquest 2026 en quant a la comunicació a les XXSS. Les accions alineades amb aquest enfocament també es valoren de forma òptima

així com els arquetips de Jung proposats (creativa, exploradora i rebel). Es creu però que treballar amb 3 arquetips a la vegada no és massa eficient. Normalment es recomana centrar-se amb un arquetip o màxim dos. Tot i així, s'aprecia i es veu coherent el detall de què és adient fer i que no, en funció d'aquests tres arquetips. Les línies vermelles que no es poden traspasar en matèria comunicativa queden molt clares i així esdevenen un far que les diferents píndoles comunicatives han de seguir.

Les eines tecnològiques que proposen utilitzar tant per web com per XXSS son moltes i específiques segons la necessitat i suficients per dur a terme una comunicació digital eficient: cerca de tendències, mètriques, edició de continguts, etc.

Fan una anàlisi DAFO de la web però sobretot es valora la comparativa internacional que fan tant amb el tema de web com XXSS i dona una radiografia molt bona del posicionament actual, donant un marc al DAFO actual.

Posen exemples visuals de com seria el disseny de web i XXSS en cas d'implementació de la proposta, fet que es valora molt positivament. No es té en compte en aquest lot la imatge gràfica que proposen perquè aquesta forma part d'un altre lot.

Els indicadors proposats per fases son adients així com la monitorització d'aquests i el sistema de informes proposats.

La baixada a nivell tàctic de continguts segons l'estratègia, propòsit i moment comunicatiu és idoni al temps del projecte i la plataforma.

Les millores proposades pel web es veuen favorables i necessàries.

Lot 5: Disseny, conceptualització i implementació de la imatge gràfica del 080 Barcelona Fashion

	<i>Punt. Màx.</i>	DLAB	THE KILITE
Presentació del dossier creatiu	25	12,67	23
Proposta del pla de treball, cronogrames de treball i coordinació amb els equips	10	4,33	7,67
Implementació de la imatge gràfica als diferents suports amb els seus exemples	15	7,33	12,67
TOTAL	50	24,33	43,34

DLAB:

La proposta es basa en una metàfora visual —la relació entre pètals florals i textures tèxtils— que, tot i presentar un plantejament poètic, resulta excessivament genèrica i poc diferencial en el context actual de la comunicació de moda. Aquest recurs conceptual, àmpliament utilitzat en projectes similars, no aporta un posicionament clar ni un relat específic vinculat a la identitat pròpia de la Barcelona Fashion Week.

A més, el concepte es desenvolupa principalment en un pla estètic, sense una traducció clara en termes narratius o de missatge, fet que limita la seva capacitat comunicativa i de projecció internacional.

El sistema gràfic presenta una dependència elevada de les textures com a element principal. Aquesta decisió, tot i generar una atmosfera visual coherent, comporta diverses limitacions: Escassa variabilitat visual entre peces, amb risc de monotonia, dificultats per establir jerarquies clares quan la textura actua com a element dominant i falta d'elements identificadors forts que permetin un reconeixement immediat de l'esdeveniment.

Pel que fa a la tipografia, aquesta adopta un rol excessivament neutre i funcional, sense contribuir de manera significativa a la construcció d'una identitat pròpia. La jerarquia informativa, en alguns casos, queda diluïda per la presència constant de fons visuals amb alta càrrega expressiva.

Tot i que el dossier presenta diverses aplicacions, aquestes es mostren de manera excessivament genèrica, sense una definició tècnica suficient per garantir una implementació realista i homogènia: En publicitat exterior la proposta no demostra de forma clara la seva eficàcia comunicativa a gran distància, en formats digitals animats, no s'especifiquen criteris concrets de durada, ritme ni comportament de les animacions, en materials impresos i d'identificació manca una definició precisa de formats, materials i sistemes de producció.

Des d'un punt de vista tècnic, la proposta no resol de manera suficient diversos aspectes clau: No es defineixen criteris clars de producció ni adaptació segons els diferents sistemes d'impressió, les solucions digitals no concreten limitacions tècniques habituals (pes, compatibilitat, rendiment) i el sistema gràfic, tot i presentar-se com a flexible, requereix una gestió i supervisió constants per evitar incoherències.

Tot i que la proposta respon parcialment als objectius generals no els compleix de manera plena ni suficientment justificada. En particular: No s'evidencia un posicionament clar i distintiu per a l'esdeveniment, la proposta prioritza l'expressió estètica per sobre de la comunicació efectiva i la documentació presentada no garanteix una aplicació immediata ni autònoma del sistema gràfic.

El valor afegit respecte a altres solucions comparables resulta limitat, especialment en un context competitiu i d'alta exigència com és una passarel·la de referència internacional.

A partir de l'anàlisi realitzada, es conclou que la imatge gràfica desenvolupada:

- No aporta un concepte prou singular ni diferencial
- Presenta mancances de definició tècnica i funcional
- No garanteix una implementació eficient i homogènia
- No respon de manera òptima a les necessitats comunicatives de l'esdeveniment

THE KILITE:

La proposta demostra un coneixement profund del context, els objectius i els condicionants de la 080 Barcelona Fashion, identificant correctament la doble naturalesa de l'esdeveniment (marca + servei informatiu), la necessitat d'una identitat robusta però flexible i capaç d'adaptar-se a múltiples suports i el repte específic derivat del canvi d'ubicació al Port Vell i la seva oportunitat comunicativa.

L'anàlisi dels criteris d'èxit (reconeixement, llegibilitat, escalabilitat i operativitat) està alineada amb les necessitats reals del projecte. L'enfocament parteix d'un diagnòstic encertat i realista.

El concepte creatiu "Horitzó" es presenta com una idea força clara, coherent i altament rellevant, tant a nivell simbòlic com estratègic. El concepte connecta el canvi d'ubicació amb el propòsit de marca (futur, evolució, possibilitats), evita recursos literals o tòpics tot optant per una lectura més abstracta i contemporània i funciona com a eix narratiu transversal, capaç de sostenir-se en el temps i evolucionar edició rere edició. El desenvolupament del manifest de marca reforça la coherència entre propòsit, relat i expressió visual.

La proposta de Key Visual i sistema d'identitat destaca per un alt nivell estètic i una clara sensibilitat artística, l'alineació amb tendències de disseny gràfic 2026, l'ús intel·ligent del color/degradats/llum mediterrània com a elements identitaris i la capacitat de generar una identitat evocadora, inclusiva i contemporània. La integració subtil del logotip dins del sistema visual suposa una evolució respecte edicions anteriors i reforça la percepció de marca madura.

El sistema plantejat es defineix com modular i escalable, apte per a formats digitals i físics. Està preparat per gestionar diferents nivells de contingut informatiu sense perdre jerarquia ni llegibilitat i pensat per facilitar declinacions ràpides i coherents. La definició de versions monocromàtiques, regles d'ús i criteris de jerarquia garanteix la correcta aplicació del sistema per part d'altres equips.

La metodologia proposada combina l'ús avançat de tecnologia i intel·ligència artificial, control creatiu humà i direcció d'art experta i producció d'arxius d'alta qualitat. Aquest enfocament permet a agilitat en la producció, coherència visual i alta qualitat tècnica per a grans formats. La metodologia està ben explicada i demostra maduresa tecnològica i capacitat d'innovació responsable.

La proposta estableix un règim clar de revisions, punts de validació definits, control de canvis/versiones i documentació per facilitar la implementació per tercers.

A partir de l'anàlisi realitzada, es conclou que la imatge gràfica desenvolupada

- Dona resposta de manera excel·lent als requeriments del projecte.
- Aporta valor estratègic, creatiu i operatiu.
- Presenta un alt nivell de maduresa conceptual i tècnica.
- Minimitza riscos i maximitza coherència i eficiència.

Lot 6: Desenvolupament, implantació i manteniment de la plataforma d'acreditació digital i el control d'accés

	<i>Punt Màx.</i>	<i>MEET MAPS</i>	<i>S22 DIGI TAL</i>	<i>PAD CELONA</i>
Proposta del pla de treball, cronogrames de treball i coordinació amb els equips	10	9	5,33	6,17
Especificitats i capacitats tècniques i qualitatives de la plataforma d'invitacions i acreditacions	25	22,33	19,67	21,67
Adaptació i flexibilitat de la plataforma a les necessitats del 080 Barcelona Fashion	10	9,17	5,67	7,67
Proposta de control d'accessos i informes de dades assistència	5	4,33	3,17	3,83
TOTAL	50	44,83	33,84	39,34

MEETMAPS:

La proposta de Meetmaps es considera explicativa i clara en termes generals, garantint la màxima automatització i flexibilitat de les solucions proposades. La solució tècnica proposada preveu la integració d'operativa i disseny, facilitant un ús autònom i intuïtiu.

El projecte presenta un itinerari de treball clarament organitzat, amb etapes concretes que abasten l'estudi previ, la creació, les validacions, el desplegament i l'avaluació conclusiva dels resultats. No està del tot clar que les dates concretes proposades es puguin complir per raó dels timings de la pròpia licitació. No obstant això, es valora molt favorablement el detall de cada fita proposada i com aquestes s'ajusten a les necessitats de la 080 Barcelona Fashion Week.

Meetmaps preveu un equip de treball de 7 persones, que va des de la figura del manager global fins a 3 tècnics on-site, la qual cosa garanteix una àmplia cobertura i capacitat per donar resposta als incidents. Aquest fet ha estat valorat de manera favorable.

Si bé la proposta no aborda els detalls tècnics concrets des del punt de vista informàtic, es fa palès que la plataforma serà prou sòlida i pràctica en el seu funcionament. Aquest recurs SaaS incorpora les eines essencials per gestionar un elevat nombre d'invitacions i credencials, fer enviaments massius de correus electrònics (configurats amb el DNS del domini triat) i permetre l'extracció de mètriques específiques.

La proposta preveu gestionar un nombre elevat de credencials i invitacions. Més concretament, la plataforma que es presenta té capacitat per gestionar fins a 30.000 registres mensuals, sense limitacions tècniques, per bé que la previsió inicial és de 5.000 acreditacions i 15.000 invitacions.

Es valora favorablement la capacitat de la proposta per incorporar solucions d'adaptabilitat, com ara el sistema de selecció de múltiples invitacions (agrupades), que es considera de gran utilitat per donar resposta a una estratègia de seguidors de marques i comunitats.

El control d'accessos es presenta de manera adequada i ajustada a les necessitats de l'esdeveniment. Quant a la gestió on site, es valora positivament la previsió de disposar de 4 equips de treball, de manera que no es produeixin colls d'ampolla a l'entrada del recinte,

així com altres equips i fins a tres persones per donar resposta als moments de més afluència de públic.

El control general requerirà la presentació d'una invitació en format digital o d'acreditació amb codi QR, ja sigui mitjançant invitació directa o bé a través d'inscripció al formulari de l'Open Area. El control d'accessos a espais reservats, per la seva banda, requeriria d'un badge personal i intransferible, per garantir la seguretat. I les acreditacions de premsa, influencers i demès requeriran fotografia de l'assistent, també per assegurar la màxima seguretat.

A efectes de millores addicionals, Meetmaps preveu la impressió de tantes acreditacions com sigui necessàries, especificant el gramatge del paper en què les imprimirà. La proposta inclou consulta a temps real de l'aforament i diversos informes d'avaluació, tant diaris com al final de l'esdeveniment. Pel que fa a la resolució de consultes, la proposta preveu disponibilitat dels tècnics durant l'esdeveniment entre les 9h i les 23h.

S22 DIGITAL:

La proposta de S22 DIGITAL és exhaustiva pel que als diferents aspectes tècnics i requeriments informàtics de solucions per a esdeveniments de les característiques de la 080 Barcelona Fashion Week. Però aquest gruix d'informació és relativament estàndard, atès que part de les dades exposades són d'aplicació a qualsevol congrés o esdeveniment amb gran afluència de públic.

En relació amb els equips de treball, s'hauria valorat de manera més positiva que s'hagués detallat el nombre i els perfils professionals proposats. Pel que fa al cronograma, es considera que, tot i ser coherent metodològicament, el cronograma tindria dificultats per ser aplicable en el context concret de l'edició d'abril, especialment tenint en compte que la implantació des de zero requeriria validacions, proves i integracions en un període reduït: la previsió de començar a treballar 90 dies abans de l'esdeveniment genera un risc per a l'òptim acompliment dels objectius plantejats.

L'anàlisi funcional de la solució és adequat. Es valoren positivament les prestacions tècniques de la plataforma, tant pel que fa a recursos per a l'entrada de dades com a l'explotació d'informació, la usabilitat, la compatibilitat del software amb altres programaris i gestors de continguts, els protocols de seguretat, l'accessibilitat o les prestacions tecnològiques proposades. Es fa notar que algunes opcions (com ara l'emissió de certificats de participació i la gestió del sitting), probablement no serien necessàries per a l'objecte del contracte.

El tauler de control i el flux del procés proposats són correctes, atès el ventall de prestacions a disposició de l'esdeveniment (validar, acceptar, editar peticions en qualsevol moment, crear processos d'enviaments massius, perfils d'administració, perfils d'usuari i informes finals, entre d'altres). Val a dir, emperò, que no es tenen en consideració elements com ara el compliment amb el GDPR per tractar-se d'un precepte legal.

La compatibilitat amb aplicacions Android i iOS es considera correcta i ajustada a les necessitats del control d'accessos, si bé no consta el personal disponible per a aquesta tasca. El nivell dels equips es considera correcte, però el compromís d'imprimir fins a 4.000 acreditacions podria resultar una xifra lleugerament baixa si es té en compte necessitats d'edicions anteriors.

La gestió d'incidències a través de la planificació i previsió estructural es valora positivament. També la possibilitat que els usuaris s'informin a través d'un chatbot. Tot i així, es valoraria més que s'hagués especificat quin equip de treball i en quines franges horàries estarà disponible al públic.

PADCELONA:

La proposta de Padcelona és clara en l'exposició i pel que fa a les prestacions enfocades a les necessitats de l'esdeveniment. Les prestacions tecnològiques de la plataforma són correctes, alhora que flexibles i adaptades a l'esdeveniment (perfils, edició, cerca, extracció d'informes, enviament de mails, etc.).

La divisió en perfils d'usuaris és ajustada a les necessitats exposades en els plecs tècnics. Així mateix, es consideren diversos elements positius: a) el fet que la plataforma prevegi la usabilitat en català, castellà i anglès, b) la disponibilitat a efectuar una formació als equips del CCAM, i c) que els servidors es trobin allotjats de manera segura a la Unió Europea.

Val a dir que no s'ha tingut en compte les referències que es fa al llarg de la proposta a experiències prèvies en la 080 Barcelona Fashion, atès que seria un greuge en relació amb les altres empreses licitadores. Tampoc no s'han valorat consideracions relatives a imperatius legals, com ara el compliment del RGPD, ja que es tracta de normatives d'obligat compliment.

La proposta d'equip de treball (2 persones de suport onsite i 1 persona de suport online) es considera certament insuficient pel que fa a les necessitats d'un esdeveniment d'aquestes característiques. Tampoc no consta detall dels perfils professionals a què es fa referència.

La previsió de tenir la plataforma configurada 40 dies abans de l'esdeveniment es considera excessivament ambiciosa i poc realista, atesa la dinàmica de projectes de similars característiques.

El material informàtic es considera adequat. La infraestructura prevista per al control d'accessos també ho és (PDA, Wifi pròpia, dues persones, etc.); ara bé, no s'especifica les zones de l'esdeveniment on es controlarà l'accés i, relacionat amb aquest punt, es veu insuficients els recursos humans indicats en cas de controlar diferents punts a l'hora.

En relació amb les impressions, si bé es parla d'un sistema d'impressió sota demanda, no es fa constar un nombre mínim o màxim d'aquestes. Es proposa un paper d'un gramatge de 230 g. Si bé es valora la intenció d'imprimir a doble cara amb el paper doblegat, el cert és que es consideraria preferible un major gramatge, sense que l'opció de doblegar l'acreditació respongui a una necessitat actual de 080 Barcelona Fashion.

Lot 7: Disseny, instal·lació, lloguer i desinstal·lació d'una estructura efímera.	Punt Màx.	DE BOER
Pla de treball detallat, cronograma i capacitat de coordinació amb el lot 1	5	4
Disseny, qualitat arquitectònica i acabats premium de l'estructura proposada	25	22
Proposta de project management i control de les diferents fases del projecte (disseny, muntatge i desmuntatge) l'espai	5	4,5
Proposta de customització de l'estructura per a l'esdeveniment 080 Barcelona Fashion	12,5	10
Mesures addicionals de seguretat, sostenibilitat i altres certificacions	2,5	2,5
TOTAL	50	43

DE BOER:

La proposta presentada per Losberger De Boer s'ajusta de manera correcta als requeriments recollits al plec de prescripcions del Lot 7. Pel que fa a dimensions i configuració de l'espai, la solució proposada (Delta 6Mh) compleix amb la superfície útil aproximada de 750 m², amb una longitud mínima de 50 metres, una amplada de 15 metres i una alçada lliure superior als 6 metres.

L'estructura prevista és diàfana i no compta amb pilars interiors, de manera que es garanteix la visibilitat de la passarel·la i la seva correcta funcionalitat per a un aforament de 550–600 persones segons necessitat.

Pel que fa a la divisió interna, l'estructura incorpora un espai destinat a la sala de desfilades i un segon àmbit per a gestió tècnica i regidoria, complint la necessitat d'espais diferenciats i adaptables definida en el plec. També preveu una estructura de túnel de connexió tipus Walkway, amb alçada mínima de 3,10 m, amplada superior als 3 metres i longitud ajustable fins als 40–60 metres requerits.

Quant als materials i acabats, la proposta presenta elements d'alumini, PVC opac i tancaments rígids, i inclou possibilitats de customització per a garantir l'efecte "caixa negra" necessari per al control de llum durant les desfilades. També preveu la integració de vinils i elements gràfics, complint amb els requisits d'imatge i personalització demanats.

En relació amb els accessos i evacuació, es proposen suficients portes dobles per facilitar l'evacuació necessària d'acord amb la normativa, rampes homologades i recorreguts d'evacuació que compleixen les exigències del plec i del Codi Tècnic de l'Edificació.

Pel que fa als requeriments estructurals i de seguretat, la proposta acredita el compliment de les normes aplicables, incloent UNE-EN 13782 i EN 1090 (classe EXC3), així com la resistència al vent exigida (fins a 100 km/h). També presenta tarima tècnica, sistemes de drenatge, elements ignífugs i integració del PCI, tot d'acord amb els criteris mínims establerts.

Els criteris de sostenibilitat, també recollits al plec, es consideren coberts: la proposta aporta certificats sobre ús d'alumini reciclat, metodologia GHG Protocol i certificacions ISO 9001 i ISO 14001.

Quant a planificació, cronograma i capacitat de coordinació amb el Lot 1, la documentació presentada incorpora un pla detallat de fases, un cronograma complet i un model de treball que facilita la coordinació operativa i logística amb la resta de proveïdors. També contempla personal de standby durant l'esdeveniment i disponibilitat per a reunions i visites tècniques, responnent així a les demandes del plec.

Sr. Enric Ballber
Cap d'unitat de Comunicació

Sr. Joan Morera
Cap d'estudis i nous projectes

Sra. Marta Coca
Cap de l'àrea de moda