

INFORME DE NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE

Núm. expedient: C220000265

Núm. contracte: 22000231

CPV: 79340000-9

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

El disseny, producció, instal·lació, manteniment i retirada dels elements offline i online de comunicació i publicitat del festival Grec 2022, així com les tasques de reforç a la coordinació del festival.

Contracte mixt de subministrament i servei (predominant el de servei).

No es preveu la divisió en lots del present contracte atenent a raons conceptuals, tècniques i de desenvolupament operatiu.

Clàusules socials/mediambientals

Aquestes prescripcions prenen en consideració la política de contractació responsable de l'Ajuntament de Barcelona i, en conseqüència, es defineixen seguint les línies establertes a la Instrucció tècnica per a l'aplicació de criteris de sostenibilitat en els elements de comunicació.

http://www.ajsosteniblebcn.cat/ins_cat_cap_comunicacio_maq_67380.pdf.

Atenent a l'apartat 5.4 de la instrucció:

- el paper haurà de ser reciclat o de gestió forestal sostenible
- proveir materials plàstics amb major percentatge de plàstic reciclat
- Quan per motius tècnics no sigui adequat, es requerirà l'ús de paper no reciclat elaborat amb fibres provinents de fusta amb garanties de legalitat, amb un mínim del 50% de fibres provinents d'explotacions forestals sostenibles (tal com defineixen els estàndards FSC, PEFC o equivalent) o fibra recuperada.

L'execució d'aquest contracte no comportarà el tractament de dades personals per part de l'empresa adjudicatària a compte de l'Ajuntament.

En aquest contracte no s'utilitzen sistemes d'informació.

En aquest contracte es permet la subcontractació.

Aquest contracte no demana termini de garantia.

Es proposa com a responsable del contracte i com a interlocutor Eduard de Vicente Gran, tècnic del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura.

2. JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT DEL CONTRACTE

L'Institut de Cultura de Barcelona com a entitat cultural té entre les seves finalitats impulsar el desenvolupament i divulgació de la cultura des de les diferents formes d'expressió. Actuant com a impulsor i promotor cultural necessita recursos específics per tal de portar a terme les accions adients que tenen per objecte la comunicació i difusió de les activitats que programa anualment i que emanen de la seva missió.

El Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura és el departament que té assignades les competències en matèria de comunicació i difusió de les activitats i de la producció cultural.

L'Institut de Cultura de Barcelona organitza el Grec festival de Barcelona, que es desenvoluparà des de finals del mes de juny i tot juliol del 2022. el Departament de Comunicació és l'encarregada de portar a terme totes les accions relatives a la comunicació i difusió de l'esdeveniment.

Al 2022 el Grec Festival continuarà amb la seva vocació de portar les arts del moviment als espais públics de les ciutats de l'àrea metropolitana de Barcelona però respectant les mesures de seguretat i higiene necessàries per garantir la seguretat dels assistents i artistes.

Així mateix, a banda dels tradicionals elements de comunicació exterior i offline, la incertesa en la previsió de la situació sanitària durant el festival requereix disposar d'eines per informar a la ciutadania de manera ràpida i eficaç, el que converteix els canals digitals (web, xarxes, audiovisuals...) en eines imprescindibles per arribar amb èxit a l'audiència.

A tal efecte, és considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió de Grec Festival mitjançant la contractació externa dels serveis de gestió de l'adaptació de disseny i la producció dels elements de comunicació offline i online; així com dels serveis de reforç en la coordinació de tota la seva campanya.

Es requereix un perfil transversal que doni servei a la comunicació del Grec festival de Barcelona produint tota mena d'elements de comunicació i que respongui de manera molt àgil, ràpida i efectiva a les tasques requerides, donada la situació d'emergència que pugui alterar el calendari de treball del desenvolupament de la campanya i dels elements de comunicació, per tal de poder informar de qualsevol canvi als ciutadans amb el menor retard possible.

El Departament de Comunicació no disposa dels recursos propis adients i alhora necessaris per a la implantació i desenvolupament dels serveis esmentats que garanteixi els objectius propis de comunicació i difusió. A tal efecte es considera necessària la tramitació d'un procediment obert per a la contractació dels serveis en qüestió per una durada de 9 mesos. La naturalesa i extensió de les necessitats que pretenen cobrir-se mitjançant aquest contracte, així com la idoneïtat del seu objecte i contingut queden justificades en el punt precedent.

3. DURADA I PRESSUPOST DEL CONTRACTE

El contracte tindrà una vigència de 9 mesos, des de l'1 de març de 2022, o bé des de l'endemà de la seva formalització, si aquesta data fos posterior.

El contracte no es podrà prorrogar.

El pressupost del contracte es fixa en 200.000,00 euros, que es desglossa en 165.289,26 de pressupost net, més 34.710,74 euros en concepte d'IVA al 21 %.

El pressupost net es desglossa de la manera següent manera:

Costos directes	Import €
Costos salarials	69.996,00 €
Materia prima i producció	68.846,98 €
TOTAL	Suma costos directes: 138.842,98€
Costos indirectes	Import €
Despeses generals d'estructura	6.611,57 €
Benefici industrial	19.834,71 €
TOTAL	Suma costos indirectes: 26.446,28€
TOTAL DE COSTOS (directes + indirectes)	165.289,26 €

L'estimació dels costos salarials s'ha calculat prenent com a referència La Guia del Mercado Laboral de Hays de 2019 per al sector del Marketing i Vendes i per a una plantilla de persones treballadores que ha d'executar el contracte amb les següents categories professionals i nombre de persones, segons s'especifica al present informe, i periodificant les retribucions de l'informe als 6 mesos que ocupa la prestació del contracte (retribució de l'informe 5/12). Havent posat les retribucions de l'informe en base 6 mesos, la taula de costos és la següent:

Categoria professional	Retribució salarial 6 mesos	Nº de persones
Supervisor de comptes	22.500 €	1
Executiu de comptes	17.496 €	1
Dissenyadors gràfic	30.000 €	2

L'import total és de 69.996 € per el total de posicions relacionades i un període 6 mesos. Aquest import suposa aproximadament el 50,4% dels costos directes del projecte essent el 49,6% restant fins a 138.842,98 € costos directes associats a producció de materials i matèries primeres.

4. VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)

Donat que no es preveu pròrroga ni modificacions, el valor estimat del contracte coincideix amb l'import net de la licitació, és a dir, 165.289,26 euros, sense IVA.

5. JUSTIFICACIÓ DEL PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Aquest contracte de subministrament s'adjudicarà pel procediment obert, d'acord al que s'estableix a l'article 156.6 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre de contractes del sector públic.

6. CRITERIS DE SOLVÈNCIA ECONÒMICA I TÈCNICA O PROFESSIONAL, I CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

Els licitadors hauran de comptar amb la solvència econòmica i tècnica que tot seguit s'especifica:

SOLVÈNCIA ECONÒMICA

Volum anual de negocis. El volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions, ha de tenir un valor de 123.966,95 euros. *Aquesta xifra no podrà superar una vegada i mitja el VEC del contracte, excepte en casos degudament justificats segons art. 87.1.a) LCSP*

SOLVÈNCIA TÈCNICA

L'empresa adjudicatària haurà d'haver facturat un mínim de 100.000 euros en tasques de disseny, gestió i coordinació de campanyes de comunicació realitzades en municipis de més 100.000 habitants en els darrers 3 anys.

És el volum d'habitants que configuren el *target* d'una campanya de comunicació el que en determina el seu abast i dimensió, el Grec és un festival que va dirigit a tota la població de Barcelona, de l'Àrea Metropolitana i de gran part de Catalunya, per aquest motiu és imprescindible acreditar l'experiència en municipis de mínim 100.000 habitants.

Adscripció de mitjans personals

El personal tècnic estarà format, com a mínim, de:

1. Una única persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la producció dels elements de campanya online i offline, durant totes les seves fases. És a dir, des de la recepció de l'encàrrec de cada peça fins a la producció del material i la seva difusió posterior, i haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en:

- Serveis de gestió i coordinació, producció i distribució d'elements de publicitat d'esdeveniments multi espais.
 - Serveis de disseny gràfic, disseny editorial, maquetació i adaptació d'imatges.
 - Serveis coordinació de la realització de peces audiovisuals.
 - Serveis de gestió de locucions de peces audiovisuals, falques radiofòniques etc.
2. Dues persones dedicades exclusivament al disseny gràfic, editorial, maquetació, adaptacions i el retoc d'imatges que requereixi el projecte, que reportaran al responsable de l'execució del contracte. Hauran d'acreditar experiència mínima de 3 anys en les tasques descrites.
3. Una persona de suport directe al tècnic responsable de la coordinació i execució de la campanya, del Departament de Comunicació de l'Icub. Haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en tasques de gestió de campanyes de comunicació cultural, amb experiència contrastada en redacció de continguts culturals per a tots el formats i comunicatius. Amb una dedicació puntual, segons calendari.

Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set
50%	50%	50%	100%	100%	---	25%

La plantilla mitjana anual de l'empresa durant els tres últims anys ha de ser de d'un mínim de tres treballadors.

Adscripció de mitjans materials

Disposició d'atenció telefònica operatiu entre les 08:00 i les 20:00 hores de dilluns a divendres, des de l'inici del contracte fins al final de la campanya. I, durant les setmanes de durada del festival (juny-juliol), una disponibilitat d'atenció telefònica de dilluns a diumenge, de 08:00 a 20:00 hores.

Com que la feina no sempre exigirà presencialitat, es pressuposen els materials necessaris per al desenvolupament de l'encàrrec.

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

La selecció de l'oferta més avantatjosa es determinarà tenint en compte la millor relació qualitat-preu amb l'objectiu d'obtenir ofertes de gran qualitat. S'aplicaran els criteris d'adjudicació següents:

A. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR: fins a 40,00 Punts.

Fins a 10,00 punts per l'elaboració d'una proposta d'adaptació de la imatge gràfica del Grec festival de Barcelona, per al supòsit de la comunicació d'un espectacle, als

diferents formats de publicació de cadascuna de les següents xarxes socials: Facebook, Twitter, Instagram i Instagram Stories.

El festival Grec és un dels més grans esdeveniments de la ciutat i té una campanya que es desenvolupa a través d'una gran varietat de materials i suports, per tant, l'efectivitat de la seva comunicació depèn de la qualitat tècnica de l'equip professional encarregat de totes les adaptacions i maquetacions.

Es valorarà l'elecció de formats (tipologia, varietat i creativitat), l'ús de la tipografia (mides, alineació, tipologia), el tractament gràfic (ús d'imatges, disseny tipogràfic) i la jerarquia visual dels elements que configuren el disseny (tamany, contrast, color, proximitat, alineació, equilibri). El document constarà d'un màxim de **6 pàgines**, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi les imatges proposades.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts
Acceptable: 5,00 punts
Bona: 10,00 punts

Els 10,00 punts seran per a les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriguin de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

Fins a 10,00 punts per l'elaboració d'un calendari de disseny, instal·lació, manteniment i retirada dels elements de publicitat exterior de la campanya.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de l'informe presentat. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària. El document constarà d'un màxim de **6 pàgines**, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi, si fos el cas, les imatges, figures, diagrames, etc.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts
Acceptable: 5,00 punts
Bona: 10,00 punts

Els 10,00 punts seran per les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriguin de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte

d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriuïn de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguïn alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

Els dos calendaris han de cobrir des de la recepció de la imatge per part de l'agència creativa fins a la distribució/instal·lació i desinstal·lació dels elements de comunicació.

Fins a 10,00 punts per la presentació d'una temporalització de les visites als espais de representació del festival (amb l'objectiu de valorar els elements de senyalística adients), del seu disseny, producció, instal·lació i reposició en cas que fos necessari.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de l'informe presentat. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària. El document constarà d'un màxim de **4 pàgines**, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi, si fos el cas, les imatges, figures, diagrames, etc.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts
Acceptable: 5,00 punts
Bona: 10,00 punts

Els 10,00 punts seran per a les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriuïn de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriuïn de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguïn alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

Fins a 10,00 punts per la presentació d'un briefing del festival Grec per al supòsit de l'encàrrec d'un pla d'insercions publicitàries (paper, ràdio, digital i xarxes) a una agència de mitjans.

El pla de mitjans del festival Grec té un pressupost de 150.000 euros i es planteja a partir d'una proposta d'objectius de màrqueting i de comunicació, descripció de públics, de fases de la campanya i una previsió de formats.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de l'informe presentat. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària. El document constarà d'un màxim de **6 pàgines**, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi, si fos el cas, les imatges, figures, diagrames, etc. En tot cas no es valoraran els continguts que excedeixin l'extensió màxima requerida.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts
Acceptable: 5,00 punts
Bona: 10,00 punts

Els 10,00 punts seran per les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriguin de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

B. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT FÓRMULES O CRITERIS AUTOMÀTICS: fins a 60,00 punts

Fins a 35,00 punts per l'Oferta Econòmica:

S'atorgarà la màxima puntuació al licitador que formuli el preu més baix que sigui admissible, és a dir, que no sigui anormalment baix i que no superi el pressupost net de licitació (és a dir, el pressupost màxim de licitació, IVA exclòs) i a la resta de licitadors la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula establerta per Instrucció de la Gerència Municipal i aprovada per Decret d'Alcaldia de 22 de juny de 2017 publicat en la Gasetta Municipal del dia 29 de juny:

$$\left(\frac{\text{Pressupost net licitació - oferta}}{\text{Pressupost net licitació - oferta més econòmica}} \right) \times \text{Punts màx} = \text{Puntuació resultant}$$

Es defineixen els següents límits per a la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats:

- un diferencial de 5 punts percentuals per sota de la mitjana de les ofertes o, en el cas d'un únic licitador, de 15 punts percentuals respecte el pressupost net de licitació.

Si el nombre de licitadors és superior a 10, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es podrà prescindir de l'oferta més baixa i/o de l'oferta més alta si hi ha un diferencial superior al 5% respecte de l'oferta immediatament consecutiva.

Si el nombre de licitadors és superior a 20, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es podran excloure una o les dues ofertes més cares i/o una o les dues ofertes més baixes sempre i quan una amb l'altre o totes dues amb la que la segueix tinguin un diferencial superior al 5%.

D'acord amb l'article 149.4 LCSP, es rebutjarà l'oferta si es comprova que és anormalment baixa perquè vulnera la normativa sobre subcontractació, no compleix les obligacions aplicables en matèria ambiental, social o laboral establertes en el Dret de la Unió, en el Dret Nacional, els convenis col·lectius sectorials vigents o per les disposicions de Dret internacional.

Fins a 15,00 punts per la presentació d'un catàleg de materials proposats amb els noms dels materials i la descripció de les qualitats compromeses per a ser utilitzades en l'execució del contracte, així com descripció de les especificacions tècniques essencials i l'ús a què es destina (per exemple: lones, banderoles, opis...). El catàleg haurà de contenir una varietat mínima de 12 materials i un màxim de 24 materials.

Els materials que no s'ajustin als paràmetres tècnics recollits en el PPT no seran objecte de valoració.

Cada material haurà de reflectir almenys dos dels tres paràmetres de qualitat següents.

- gramatge/gruix
- composició
- certificació d'origen

Es valorarà el catàleg que presenti més diversitat de materials, tot assignant la puntuació tal com es detalla:

Entre 12 i 15 materials	5,00 punts
Entre 16 i 19 materials	10,00 punts
20 o més materials	15,00 punts

Fins a 5,00 punts per la reducció del termini de freqüència de revisió del material instal·lat.

1 cop setmanal	0,00 punts
2 cops setmanal	5,00 punts

Fins a 5,00 punts per la reducció del termini màxim de reposició dels elements d'exterior malmesos.

No reducció	0,00 punts
Reducció a 24 h	5,00 punts

7 PROPOSTA

Atesos els motius exposats, es proposa l'inici del procediment per a la contractació la producció dels elements de comunicació i publicitat de la campanya del festival Grec

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.bcn.cat/barcelonacultura

2022, per un import total de licitació de 200.000,00 euros IVA inclòs, dels quals 165.289,26 euros són pressupost net i 34.710,74 euros són en concepte d'IVA al 21%, amb càrrec a l'assignació pressupostària amb programa 33323 i econòmic 22605 del pressupost de 2022, i d'acord amb les condicions tècniques que s'annexen, mitjançant un procediment obert ordinari.