



INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRÈNCIA

Dades del contracte

Núm. expedient: C220000601	Núm. contracte: 22000533
Orgànic: 0421	Òrgan peticionari: 01400178
Procediment: Menor	Concurrència: SI
CPV: 79340000-9	Qualificació: Serveis
Programa: 33323	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: NO	Propietat: -
Pòlissa de responsabilitat Civil: -	Import: -
CAE: NO	Nº aproximat treballadors: -
Prestació a la via pública: NO	
Tècnic responsable del contracte: Eduard de Vicente Gran	
Objecte: Creació de l'espot publicitari del Grec festival de Barcelona 2022	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 16.335 € IVA tipus 21% 2.835 € Pressupost net (sense l'IVA) 13.500 € <i>Aquest pressupost net no pot ser superat per l'oferta del licitador.</i>	

Antecedents

L'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), mitjançant el Departament de Comunicació, ha de gestionar la comunicació del Grec Festival de Barcelona que se celebra durant el mes de juliol de 2022.

El Grec Festival de Barcelona és un esdeveniment que aplega la major oferta d'arts escèniques de l'estiu de Barcelona. Aquesta oferta és àmplia i comprèn el teatre, la dansa, la música, el circ i altres manifestacions performatives i visuals. El festival es caracteritza per:

Festival de Barcelona. El Grec Festival de Barcelona està arrelat a la seva ciutat. L'estiu, la nit i Barcelona són tres elements que identifiquen especialment aquest esdeveniment cultural.

Festival de creació. El Grec Festival de Barcelona aposta per la creació i per la singularitat respecte a la temporada ordinària. És un parèntesi estival que ofereix una programació diferent de la que es pot veure habitualment a la ciutat.

Produccions pròpies. El Grec aposta per les produccions pròpies i coproduccions per tal de donar als creadors, locals o estrangers, la possibilitat de presentar les seves creacions, i al públic la de gaudir-ne.

Festival internacional. El Grec s'ha consolidat com un dels festivals de referència a Europa, assolint un autèntic pes específic internacional que sigui alhora un aparador

de les millors creacions escèniques que es fan arreu del món i una plataforma de dimensió internacional per als creadors locals.

Pel que fa a la creativitat del Grec 2022 hi ha un estudi de disseny que està treballant en imatge del festival d'enguany, s'encarregarà de crear-la pensant en totes les adaptacions que se'n derivin per al desplegament de la campanya de comunicació. En aquest exercici d'estil, i per garantir la coherència de tots els elements de la campanya, s'hi inclou una guia d'estil amb suggeriments de guió i gràfiques per a l'elaboració de l'espot publicitari del Grec 2022, que s'haurà de produir amb la tècnica de l'animació i de motion graphics.

Descripció de l'objecte. Prescripcions tècniques

L'objecte de contractació és la creació de l'espot del Grec 2022 a partir de les indicacions de l'estudi encarregat de la creativitat del festival. La durada de l'espot serà de 20" (amb la possibilitat de fer-ne una versió de 30") i, a partir del vídeo original, se n'haurà de preparar diverses adaptacions per a suports variats.

Per tal de dur a terme aquesta tasca, el Departament requereix:

- Capacitat de treball en coordinació amb l'estudi creatiu, el departament de Comunicació de l'Icub i l'equip del Grec Festival.
- Coneixements de motion graphics, collage digital, animació stop motion i creació audiovisual.
- Coneixements de disseny gràfic.
- Formats que es requeriran:
 - Masters 16:9 i 4:5 en format HD,
 - Compressions en mp4 per a xarxes socials (inclòs IG Stories), YouTube i altres pantalles.
 - 10 adaptacions per a diversos suports (opis animats, pantalles TMB, FGC...) i altres formats.
- Creació de cartel·les d'obertura i tancament per a possibles audiovisuals relacionats amb el festival, així com per esdeveniments per streaming i YouTube (formats 16:9, IG Live, YouTube...).
- Aquest encàrrec pot requerir la feina de direcció, producció, direcció de fotografia, post-producció, correcció de color, gestió de músiques, lloguer de material, disseny de so.

Calendari:

- ✓ 01.03 al 25.04: Creació de l'espot i les seves compressions per a xarxes socials. Així com les cartel·les per a altres audiovisuals.
- ✓ 27.04 al 27.06: Creació de les diverses adaptacions per als diferents suports del festival.

Els elements i formats descrits es poden veure sotmesos a modificacions de mida o característiques tècniques en funció de l'evolució i necessitats del projecte. També es podran substituir per altres elements de característiques similars de manera que no es produeixin canvis substancials.

Es tracta d'una previsió estimativa i, per tant, en cas de no executar la totalitat dels elements previstos la facturació només inclourà les tasques realitzades. De la mateixa manera, la facturació dependrà també de si la tècnica emprada és completament digital o té una part analògica (stop motion), que requereixi més material i dedicació.

Aquest encàrrec no implica la creativitat de la campanya de comunicació de l'esdeveniment, que serà facilitada al contractista per l'Institut de Cultura de Barcelona. L'empresa adjudicatària sí haurà d'adaptar la proposta creativa màster als formats de l'encàrrec.

Solvència tècnica

Els licitadors hauran de demostrar:

1. Experiència acreditable els següents serveis
 - a. Serveis de creació d'espots promocionals per a festivals i actes realitzats per l'Ajuntament de Barcelona en els últims tres anys i/o en municipis de més de 300.000 habitants.
 - b. Serveis de creació de vídeos promocionals d'animació digital.
 - c. Serveis de creació de vídeos promocionals d'animació analògica stop motion.
 - d. Serveis de direcció, coordinació i producció audiovisual.
2. Disponibilitat horària en dies laborables i festius, agilitat en la presentació del material i en les necessitats del departament de Comunicació de l'ICUB.

Els licitadors hauran de detallar a la seva oferta mitjançant el model de presentació d'ofertes que s'adjunta, i acompanyar-la de la següent documentació:

- Declaració responsable de l'empresari mitjançant la qual certifiqui la solvència tècnica (punt 1,2).
- Una relació de treballs de creació d'espots promocionals realitzats en els darrers tres anys per a festivals d'arts escèniques promoguts per institucions públiques.

Aquest compromís té caràcter d'obligació essencial i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització i/o de resolució contractual.

Els licitadors que no acreditin la seva solvència tècnica en la forma sol·licitada, quedaran exclosos de la licitació, i no es consideraran les seves proposicions econòmiques.

Lloc de realització de la prestació

La prestació dels servei objecte del contracte s'executarà a les instal·lacions o oficines del contractista.

Inici de les prestacions i termini d'execució

La prestació s'iniciarà a partir de la data d'adjudicació. Es preveu una durada de 2 mesos.

Criteris d'adjudicació

El criteri d'adjudicació serà el preu.

Es considerarà baixa temerària una diferencia del 10% per sota la mitjana de les ofertes, o en el cas d'un únic licitador, del 15% respecte el pressupost net de licitació.

Tramesa d'ofertes

El licitador haurà d'enviar les seves ofertes **mitjançant el portal de Contractació (<https://licitacions.bcn.cat/>)**. No s'admetrà cap altre forma d'enviament o lliurament de l'oferta.

L'oferta s'haurà d'emplenar segons el model de presentació d'ofertes que s'adjunta. L'oferta haurà d'estar degudament signada per l'empresa licitadora i s'haurà d'adjuntar la documentació sol·licitada en l'apartat solvència tècnica.

Termini de presentació de les ofertes

Per a la contractació menor amb lliure concurrència el termini de presentació de les ofertes serà com a mínim de 5 dies hàbils des de la data d'enviament de petició d'oferta.

Notificació de l'adjudicació

L'adjudicació del contracte es notificarà a l'interessat i es publicarà de forma agregada en el Perfil de Contractant d'acord amb allò previst a l'article 63.4 de la LCSP.