

INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRÈNCIA

Dades del contracte

Núm. expedient: C220000553	Núm. contracte: 22000489
Orgànic: 0421	Òrgan peticionari: 01400178
Procediment: Menor	Concurrència: SI
CPV: 79340000-9	Qualificació: Serveis
Programa: 33011	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: NO	Propietat: -
Pòlissa de responsabilitat Civil: NO	Import: -
CAE: NO	Nº aproximat treballadors: -
Prestació a la via pública: NO	
Tècnic responsable del contracte: Neus Soler	
Objecte: Conceptualització i disseny de la imatge de La Nit dels Museus 2022, així com preparació dels elements de la campanya de màrqueting i comunicació	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 14.520,00 € IVA tipus 21% Pressupost net (sense l'IVA) 12.000,00 € <i>Aquest pressupost net no pot ser superat per l'oferta del licitador.</i>	

Antecedents

El departament de Comunicació de l'Institut de Cultura de Barcelona necessita encarregar el disseny de la imatge gràfica de La Nit dels Museus 2022, així com la preparació de tots els elements de la campanya de màrqueting i comunicació: cartell, banderoles, opis, programa de mà i anuncis tant en paper com digitals, entre altres.

La Nit dels Museus és una iniciativa creada l'any 2005 pel Ministeri de Cultura francès, promoguda pel Consell d'Europa i coordinada des de La Direction des Musées de France. Actualment, en forma part una xarxa de museus d'arreu d'Europa que engloba gairebé 4.000 espais d'àmbits tan diversos com la història, l'art, l'etnografia i les ciències. Barcelona hi participa des del 2008 i any rere any s'hi han anat sumant més espais. En les darreres edicions, han participat en la jornada més de 80 museus i equipaments culturals de la ciutat i l'àrea metropolitana, els quals han rebut fins a 170.000 visitants durant aquella nit.

La proposta té com a objectiu situar les institucions museístiques d'Europa dins d'un projecte comú i implantar una oferta cultural diferent que contribueixi a promocionar i difondre els museus amb la voluntat d'apropar-los a una major diversitat de públics, oferint una manera creativa i diferent de visitar-los. Aquesta proposta amplia l'horari de visita des de les 19 hores fins a la una de la matinada i ofereix la possibilitat d'entrar a l'equipament gratuïtament i gaudir d'una sèrie d'activitats complementàries com ara tallers, dansa o teatre. Aquest any, la Nit dels Museus se celebra el 14 de maig, com a prelude del Dia Internacional dels Museus, que és el 18 de maig.

Per assolir els objectius descrits, es considera indispensable el disseny d'una imatge gràfica per a la campanya promocional i la maquetació de tots els elements de comunicació i publicitaris que se'n derivin.

Es fa constar la inexistència de recursos materials i humans per dur a terme aquest servei des de l'Institut de Cultura de Barcelona i que, per tant, cal recórrer a la contractació del servei.

Descripció de l'objecte. Prescripcions tècniques:

Conceptualització i disseny de la imatge gràfica de la campanya de La Nit dels Museus 2022, així com la preparació del conjunt dels elements de comunicació.

- Disseny de la imatge que ha d'identificar tots els actes de La Nit dels Museus.
- Adaptació d'aquest disseny gràfic als diferents formats de les accions comunicatives i publicitàries.

El cartell de la campanya hauria de destacar la unitat dels centres culturals implicats en la iniciativa, la potencialitat de Barcelona i la seva àrea d'influència com a metròpoli activa en iniciatives europees, considerant que es tracta d'una activitat ja consolidada.

Objectius de l'esdeveniment:

- Ampliar l'abast territorial de la iniciativa i incrementar la participació de museus de l'àrea metropolitana.
- Consolidar la iniciativa com una activitat estable dins la programació cultural.
- Incentivar la presència de nous públics a través d'una proposta d'activitats alternativa i fora de l'horari regular de l'equipament.
- Fidelitzar el públic habitual.
- Estimular noves propostes d'activitats que se sumin a les que programen els museus de manera regular.
- Donar suport a iniciatives en xarxa entre museus de tot Europa.
- Identificar els museus amb una proposta de lleure diferent portada a terme a nivell de ciutat.
- Reforçar i consolidar la marca La Nit dels Museus a través de la campanya de comunicació i associar-la de manera definitiva a un nou concepte de museu.

La comunicació per a un esdeveniment d'aquestes característiques ha de tenir en compte diversos canals per aconseguir captar un públic divers i dispers. El llistat provisional dels elements a dissenyar seria el següent:

Elements de la campanya:

1. Elements exteriors

- Banderola cara B (màxim tres models).
- Banderola veneciana (màxim tres models).
- Pantalla Led digital dels quioscos de la Rambla.
- Opi (dos models).
- Autobusos (vinils autobusos urbans i articulats).
- Roll up (tres models).

2. Elements impresos

- Cartell botiga (versió amb dipòsit legal i sense).
- Programa de mà (hauria d'incloure un mapa).
- Acreditacions (dos models).
- Xapa (màxim dos models).

3. Elements digitals

- Newsletter.
- Adaptacions xarxes socials (formats jpg i gif, 25 versions).
- Bàners web Barcelona Cultura, web Nit dels Museus i Guia BCN (10 versions).
- Pantalles (format MP4 i gif, dues versions).

4. Publicitat

- Anuncis en paper (5 mides).
- Anuncis en moviment (15 mides).

5. Material addicional

- Memòria de comunicació: recull de tots els elements indicant-ne les mides.
- Presentació de la imatge en la reunió informativa amb els museus participants (acte encara per confirmar).

Per tal de dur a terme aquesta tasca, es demana:

- Trajectòria d'un mínim de 10 anys en la conceptualització i el disseny gràfic de campanyes de màrqueting i comunicació.
- Experiència demostrable en la preparació d'accions comunicatives vinculades a l'àmbit de la cultura i, més específicament, dels museus o espais culturals de la ciutat de Barcelona en els darrers cinc anys.
- Coneixement de la iniciativa de La Nit dels Museus i dels equipaments culturals barcelonins per tal de conceptualitzar una imatge gràfica d'acord amb la seva idiosincràsia.
- Flexibilitat per presentar, en els terminis indicats per l'Institut de Cultura, una primera proposta de cartell, per fer els possibles canvis que s'indiquin des del departament de Comunicació i per lliurar la peça definitiva en el temps marcat.
- Disponibilitat en horari de matí i de tarda per garantir una realització dinàmica de l'encàrrec i assolir la seva realització tenint en compte possibles imprevistos, així com el calendari i les prioritats acordades.
- Lliurament de les feines encarregades amb la qualitat òptima, disposar d'equip propi amb el coneixement necessari per al disseny del material gràfic tant en paper com en format digital, inclosos elements dinàmics i peces audiovisuals.
- Publicació a la plataforma de material gràfic de l'Institut de Cultura de tot el material de la campanya per a la posterior gestió d'arxiu del departament.
- Creació de les peces seguint la normativa gràfica municipal, la qual es pot consultar al web següent: barcelona.cat/normativagrafica.

Propietat de l'obra i cessió dels drets d'autor

Els materials realitzats per l'artista i/o el dissenyador gràfic seran propietat de l'Institut de Cultura de Barcelona (Ajuntament de Barcelona) amb caràcter indefinit i serà necessari cedir els drets d'autor de les peces de forma universal per a tots els formats i mitjans.

Obligació de l'empresa contractista o persona física (dissenyador gràfic, il·lustrador, etc.) de cedir els drets d'autor:

1. L'empresa contractista o persona física (dissenyador gràfic o il·lustrador) cedeix a l'Institut de Cultura de Barcelona, durant el temps de durada màxima que la legislació reguladora de la propietat intel·lectual atorga als drets d'explotació de les obres, de forma no exclusiva, amb caràcter gratuït i per a l'àmbit territorial mundial, els drets d'explotació que es derivin de l'autoria de l'objecte d'aquest contracte.

En particular, l'autor cedeix els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació de l'obra, en qualsevol mitjà o suport, inclosa la publicació en l'arxiu institucional de l'Ajuntament de Barcelona (BCNROC) o de l'Institut de Cultura (Clipfiles), excepte televisió i cinema en els quals la cessió s'efectuarà únicament per a l'àmbit territorial espanyol, així com de les seves còpies i suports per a ús intern i difusió pública a les pàgines webs municipals i altres suports digitals (Facebook, Instagram, Twitter, Flickr, etc.).

La cessió dels drets de reproducció de l'obra comprèn la reproducció, total o parcial, en un suport digital per a la seva incorporació en una base de dades electrònica, incloent el dret a emmagatzemar-la en centres servidors, així com el dret a realitzar qualsevol altra reproducció temporal necessària per a permetre els usuaris la visualització, reproducció o gravació en un disc dur, sense perjudici d'allò establert en l'apartat segon de la present clàusula.

La cessió dels drets de comunicació pública de l'obra inclou la posada a disposició, total o parcial, de la mateixa en format digital, així com la difusió a través de qualsevol canal de comunicació analògic o digital.

La cessió dels drets de transformació inclou la transformació o adaptació de l'obra, ja sigui directament o a través de tercers, quan es consideri necessari per tal d'adequar-la al format, imatge o aparença d'Internet o qualsevol altra tecnologia susceptible d'adscripció a Internet, així com a incorporar qualsevol altre sistema de seguretat en el format electrònic de l'obra.

La cessió de drets d'explotació objecte del present acord comprèn, així mateix, la facultat de l'Institut de Cultura per enviar metadades de l'obra als cercadors, xarxes d'investigació o arxius que tingui per convenient.

2. L'autor autoritza expressament que la publicació de la seva obra al repositori de l'Ajuntament de Barcelona ho serà sota la llicència d'ús en la modalitat de Creative Commons, de manera que l'obra pugui ser reutilitzada d'acord amb la referida llicència d'ús i sempre que es respecti la cita de l'autoria.
3. L'autor declara que és el titular dels drets de propietat intel·lectual amb relació a l'obra objecte del present contracte, que aquesta obra és original i que, en el cas d'haver-ne cedit prèviament els drets a tercers, ostenta l'oportuna reserva als efectes de la cessió objecte del present contracte.

En aquest sentit, l'autor respon davant l'Institut de Cultura de l'autoria i originalitat de l'obra i de l'exercici pacífic dels drets d'explotació cedits en virtut del contracte, garantint que sobre els mateixos no existeixen compromisos o gravàmens de cap tipus que puguin atemptar contra els drets que es cedeixen a l'Ajuntament de Barcelona en virtut d'aquest acord. L'Institut de Cultura podrà repetir contra l'autor qualsevol responsabilitat que li pugui ser exigida en virtut d'accions, reclamacions, multes o conflictes instats per tercers amb relació als drets d'explotació objecte del present contracte.

4. L'autor és l'únic responsable de l'obtenció dels drets relatius a les imatges, il·lustracions, fotografies i drets d'imatge de persones (actors, actrius, models, figurants, locutors, etc.) que puguin aparèixer a la seva obra.

La cessió d'aquests drets es farà en els mateixos termes que els indicats en els punts anteriors d'aquest apartat excepte en el cas dels drets d'imatge de persones que se cediran per un any. En tot cas, s'estableix la total indemnitat de l'Institut de Cultura respecte de les eventuais reclamacions formulades de tercers amb relació als referits drets.

Lloc de realització de la prestació:

A les oficines de l'empresa adjudicatària. En cas de rodatges, locucions o gravacions, es realitzarien als espais acordats.

Inici de les prestacions i termini d'execució:

La prestació s'iniciarà a partir de l'1 de març de 2022 o si és posterior, serà des de la data d'adjudicació del contracte. Es preveu una durada màxima de tres mesos, que finalitzarà un cop realitzada l'activitat i s'hagin lliurat tots els materials acordats.

Criteri de solvència tècnica:

Mitjançant una declaració responsable, el licitadors hauran d'acreditar els següents requeriments:

- Capacitat de lliurament del material, quan sigui necessari, en un termini màxim de 24 hores.
- Serà requisit imprescindible per acreditar la solvència tècnica exigida presentar un mínim de 10 campanyes de màrqueting i comunicació, promogudes per institucions públiques o empreses privades en els darrers cinc anys. De totes elles, com a mínim una d'aquestes campanyes hauria d'estar vinculada amb l'àmbit de la cultura i, preferiblement, amb els museus o centres cívics de la ciutat de Barcelona o l'àrea metropolitana.

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.

Criteris d'adjudicació:

Els criteris d'adjudicació són:

- El preu

Es considerarà baixa temerària una diferència 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 i haurà d'estar degudament signada per l'empresa licitadora.

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 al Perfil de Contractant d'acord amb allò previst a l'article 63.4 de la LCSP.