

PLEC DE CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS PUBLICITARIS PER A LA REALITZACIÓ DE UNA CAMPANYA A L'ILLA DE MALLORCA AVISANT DE L'APAGADA ANALÒGICA DE LA TELEVISIÓ

INTRODUCCIÓ

Multimèdia de les Illes Balears, SAU, té com a principals objectius impulsar l'accés a les noves tecnologies, a la plena integració en la societat de la informació i a la incorporació dels processos d'innovació entre la ciutadania de les Illes Balears.

En aquesta línia i front la immediatesa de l'"apagada analògica", Multimèdia de les Illes Balears, SAU, se centra en l'actualitat especialment en allò que concerneix a la cobertura, recepció i difusió de la Televisió Digital Terrestre (TDT).

Per tot això, Multimèdia de les Illes Balears, SAU, continua en l'objectiu de promoure i fer comprendre la tecnologia de la TDT i avisar de l'"apagada analògica" el 31 de desembre de 2009 a l'illa de Mallorca, a través d'una campanya informativa.

OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte de serveis és la planificació, la difusió i la gestió de una campanya informativa durant l'any de l'apagada analògica a l'illa de Mallorca, que té com a finalitat informar de forma permanent i constant durant set mesos, a tota la ciutadania, sobre la necessitat d'estar preparats per aquest esdeveniment.

DESTINATARIS

L'àmbit territorial de la campanya es l'illa de Mallorca, i el seu públic objectiu:

- Societat en general
- Gent gran (tercera edat)

CONTINGUTS I DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

A. Disseny i contingut de la campanya i els seus elements

Aquesta campanya té un **triple objectiu**:

- Generar consciència ciutadana de l'apagada analògica de la televisió, en les dates previstes a Mallorca: 31 de desembre de 2009
- Donar informació clara a la població de mes de 60 anys.
- Informar de la necessitat d'adquirir un descodificador de TDT i d'adaptar les antenes col·lectives per a la correcta recepció de la TDT.

La proposta dels licitadors haurà d'adaptar la línia creativa bàsica aportada per Multimèdia, per acollir els diferents objectius i missatges.

Aquesta campanya comprèn:

- Imatge adaptada a tots els suports.
- Disseny, adaptació i producció dels anuncis a la premsa diària i ràdio, que s'han de lliurar en suport adequat a les característiques de cada mitjà.
- Suports exteriors urbans (opis, panells).
- Creació i producció de fullets informatius amb informació detallada i clara destinats especialment a la població de mes de 60 anys.
- Elements de marxandatge (imans).

- Disseny i realització de banners per incloure a webs institucionals.
- Alternativament, els licitadors podran considerar altres suports informatius i/o de difusió.

Per a l'elaboració dels missatges i continguts, Multimèdia de les Illes Balears facilitarà la informació elemental, el lema i la imatge gràfica bàsica.

La llengua de tots els anuncis i altres elements publicitaris i promocionals serà el català.

La imatge corporativa del Govern de les Illes Balears, Multimèdia de les Illes Balears i el logotip oficial de la TDT han de esser presents a tots els elements gràfics.

Als mitjans radiofònics s'hi ha de destacar que és una campanya del Govern de les Illes Balears, sense necessitat d'esmentar cap organitzador o col·laborador més.

B. Planificació i proposta de programació

Els licitadors han de presentar una proposta de programació i calendari concret que inclogui els mitjans que han de servir de suport de la campanya (ràdio, premsa diària, publicacions escrites periòdiques, opis...) amb els percentatges d'inserció especificat a cada suport i mitjà, i sempre suggerint els suports més adequats, justificant la proposta en funció dels objectius que es volen aconseguir.

C. Realització i producció

Els licitadors han de fer com a mínim el material necessari pels diversos suports de transmissió de missatges:

- Producció de falques de ràdio.
- Producció d'anuncis de premsa i publicacions escrites d'acord amb les característiques d'edició de cada mitjà.
- Producció dels elements per a col·locar als suports exteriors urbans (opis i panells).
- Producció del banners i d'altres elements de promoció a Internet.
- Producció dels fulletons, amb el nombre d'impressions.

Els licitadors presentaran i explicaran la fórmula per arribar al públic objectiu dels majors de 60 anys (per exemple, mailings, contacte amb associacions de la tercera edat, reunions informatives....)

D. Difusió, col·locació i distribució

Els licitadors s'han d'encarregar de la inserció, publicació, emissió, difusió, col·locació i distribució dels mitjans en els diferents suports d'expressió de la campanya d'acord amb la relació de suports esmentats.

Pel que fa a la difusió dels elements urbans:

- L'empresa adjudicatària d'aquest concurs és responsable de la difusió d'opis i panells, tinguem-te en compte la ubicació de

cartells a llocs estratègics propis d'aquesta illa. Pel que fa per tant a opis i panells, es valorarà positivament la idoneïtat de la ubicació als llocs amb més impacte per al públic.

- Correspondrà a l'empresa adjudicatària la distribució i col·locació dels opis i panells.
- L'empresa adjudicatària ha d'encarregar-se de difondre els fulletons, d'acord especialment amb el públic destinatari de majors de 60 anys.

Pel que fa a la execució de tots els formats publicitaris de la campanya i a la distribució dels materials s'han de lliurar durant tota la durada de la campanya.

E. Seguiment de la campanya

Els licitadors s'han d'encarregar del seguiment de la campanya i n'han d'assumir la correcta execució. Així mateix, han de comunicar i emetre informes de seguiment i de resolució d'incidències, com a mínim una vegada al mes, a la directora gerent de Multimèdia de les Illes Balears, o a la persona o persones en les quals pugui delegar.

En finalitzar la campanya, s'entregarà a la directora gerent de Multimèdia de les Illes Balears un informe de resultats.

METODOLOGIA DE FEINA

Els licitadors han de presentar un projecte que inclogui:

1. Aplicacions a l'idea base de la campanya: disseny, contingut, identitat corporativa.
2. Maquetes dels anuncis, opis, fulletons, banners, planells i, si n'és el cas, suports alternatius proposats pel licitador.
3. Pla de mitjans.
4. Proposta de distribució per a fullets informatius, opis, falques de ràdio, insercions a premsa escrita i altres suports alternatius.
5. Calendari de distribució i/o contacte amb el públic objectiu.

La direcció i coordinació de la campanya serà a càrrec de la directora gerent de Multimèdia de les Illes Balears, que podrà tenir assessorament i suport per part de col·laboradors i tècnics de la empresa pública o per assistències externes. La directora del contracte o la persona, o persones, en qui aquest pugui delegar seran també els encarregats de donar el vist-i-plau a la difusió i contractació dels mitjans.

L'adjudicatària del concurs ha de nomenar una persona de contacte entre l'empresa i Multimèdia de les Illes Balears.

ANNEX

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I VALORACIÓ DE LES OFERTES

S'indiquen a continuació els criteris que s'han de seguir per a l'avaluació de les ofertes.

Amb la finalitat d'orientar els licitadors sobre la preparació de les ofertes, en la taula següent es mostra el pes dels criteris en el procés de valoració de les ofertes. S'indica la puntuació màxima assignable per a cada un dels criteris que es desglossen:

CRITERIS

1. Dissenys, qualitat, creativitat, capacitat de seguir el programa determinat per Multimèdia i la execució de l'oferta.....60
2. Oferta econòmica.....30
3. Millores, justificades, sobre les ofertes realitzades.....10

1. Manera d'avaluar els criteris de disseny, qualitat, creativitat, capacitat de reacció i execució de l'oferta.

S'avaluarà la capacitat de mitjans externs (opis, panells, etc.), i la capacitat per arribar al públic objectiu, així com la unitat i coherència de la campanya proposada.

Per tant, i per tal d'avaluar i ponderar els aspectes relatius a aquest apartat, els 60 punts màxims s'han de desglossar per a cadascun dels conceptes que integren la totalitat de l'oferta segons els criteris i puntuacions màximes següents:

- Qualitat, creativitat i adaptació de l'imatge dels elements i materials a elaborar:20
- Calendari d'actuacions, distribució material i planificació mitjans:30
- Realització i producció:10

2. Avaluació de l'oferta econòmica

Pel càlcul de la valoració econòmica, es prendrà com a paràmetre de referència el valor de la oferta més baixa, a la qual es donarà la màxima puntuació (30 punts) mentre la resta d'ofertes serà valorada en relació inversament proporcional a aquesta oferta més econòmica.

$$P = M \times (PL - PO) / (PL - P_m)$$

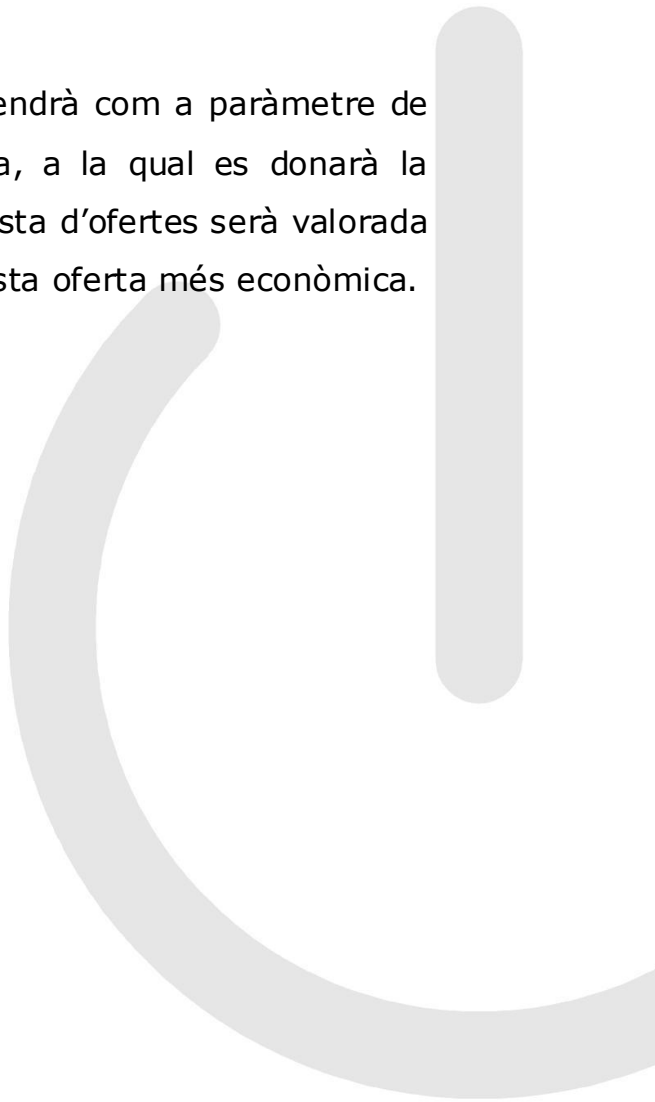
P= Puntuació oferta

M= Puntuació màxima

P_m= Preu de la oferta més econòmica

PO= Preu de la oferta a valorar

PL= Preu de licitació



3. Manera d'avaluar millores, justificades, sobre les ofertes:

Per tal d'avaluar les millores, es tindran en compte només aquelles propostes de millores que suposin una ampliació del contingut dels treballs i que no representen cost addicional.

Per a la valoració de les millores es considerarà un criteri de ponderació, en funció de l'aplicació i adequació de la millora als objectius de la campanya.

A l'hora de la valoració total de les millores es tindran en compte, com a màxim, les 5 propostes de millores amb major valoració de les que resultin de l'aplicació de la següent fórmula:

$$\text{PUNTUACIÓ MILLORA} = 2 * (Q_e / Q_{\text{màx}}) * K$$

Q_e = quantia econòmica de la millora que es valora

$Q_{\text{màx}}$ = quantia econòmica de la millora més valorada dins el conjunt de totes les millores proposades pels licitadors

K = coeficient de ponderació (valor màxim 1)

4. Forma d'acreditar els criteris d'adjudicació:

- Presentació del pressupost detallat.
- El licitador ha d'aportar un informe d'execució on s'expliqui l'estratègia per fer els treballs.
- El licitador ha d'aportar un calendari detallat al qual s'indiqui com emprendre els treballs per completar-los en els terminis fixats.

- Relació de propostes de millores que, sense cost addicional, el licitador presenta incloent-la com a oferta dels serveis i dels treballs a realitzar.



ANNEX *(per les administratives)*

A. DURADA DE LA CAMPANYA

El contracte començarà a vigir des del 1 de abril de 2009, i acabarà el dia 30 d'octubre de 2009.

L'adjudicatari ha de presentar un calendari d'actuacions que ha de ser aprovat per la directora del contracte.

B. PRESSUPOST

Els licitadors han de presentar ofertes per un import màxim de 205.000 €, IVA i altres impostos no inclosos.

Els preus no seran susceptibles de modificació, sigui quina sigui la causa.

C. FORMA DE PAGAMENT

Els pagaments s'han de fer en haver acabat els treballs corresponents, amb les certificacions acreditatives prèvies de la recepció de la documentació.

Les certificacions acreditatives a què fan referència els paràgrafs anteriors són responsabilitat de la directora del Contracte.

D. ALTRES DRETS I OBLIGACIONS

L'empresa adjudicatària ha de facilitar l'examen de qualsevol procés o fase dels treballs. La directora del contracte pot plantejar canvis concrets en el projecte adjudicat, sempre respectant el conjunt de propostes per les quals s'ha adjudicat el concurs i sempre a partir de la idea proposada, amb la finalitat de concretar-ne el contingut i adaptar-lo a les necessitats. Aquesta concreció ha de respectar els criteris bàsics de la convocatòria i del projecte seleccionat.

La directora del contracte, o a qui delegui, ha de donar el vist-i-plau a la producció i realització definitiva dels treballs. En aquest sentit, es considerarà que les propostes presentades pels licitadors, pel que fa al disseny dels elements que constitueixen l'objecte del contracte, únicament constitueixen un element indicatiu per a l'avaluació dels criteris de qualitat i creativitat de l'empresa. La direcció del contracte es reserva l'aprovació del disseny definitiu.

Multimèdia de les Illes Balears SAU es compromet a proporcionar a l'adjudicatària tota la informació que s'hagi de menester per dur a terme l'objecte del contracte.

E. PROPIETAT I ARXIVAMENT DELS TREBALLS

Els treballs que es facin (creativitat i materials) seran propietat del Multimèdia de les Illes Balears. El contractista no pot utilitzar per a ell mateix ni proporcionar a tercers cap dada dels treballs contractats ni publicar-ne totalment o parcialment el contingut sense l'autorització escrita de Multimèdia de les Illes Balears. En tot cas, el contractista

serà el responsable dels danys i perjudicis que es derivin de l'incompliment d'aquesta obligació.

La directora del contracte podrà demandar del licitador qualsevol imatge, element gràfic o idea del contingut de la campanya per fer-ne ús i dur a terme elements complementaris de difusió no inclosos a l'objecte del contracte.

Una vegada realitzades les corresponents insercions, emissions, edicions, etc. o a la finalització del contracte, la directora del projecte podrà demanar els originals (fotolits i suports magnètics...) i totes les còpies realitzades.

A més, s'ha de lliurar una còpia del resultat final del concurs publicitari a Multimèdia de les Illes Balears en suport digital, que ha de ser el següent:

- Fullets informatius, cartells, falques de ràdio... s'han de lliurar en el format original de creació, amb tots els elements gràfics que els componen i, a més, en format PDF degudament tractat perquè l'arxiu resultant no tingui un pes excessiu i conservi bona llegibilitat.
- Les falques de ràdio s'han de lliurar en cd, dvd o memòria flash.

Multimèdia de les Illes Balears és el propietari final de tot aquest material i el pot publicar a la pàgina web o fer-ne l'ús que consideri convenient.