

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS PUBLICITARIS PER A LA REALITZACIÓ DE UNA CAMPANYA A MENORCA I EIVISSA 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, es proposa promoure i fer comprendre la tecnologia de la TDT i avisar de l'"apagada analògica" el 30 de juny de 2009 a Menorca i Eivissa, a través d'una campanya informativa.

OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte de serveis és la planificació, la creativitat, la difusió i la gestió de la campanya informativa tres mesos avanç de l'apagada analògica a Menorca i Eivissa, que té com a finalitat informar a tota la ciutadania sobre la necessitat de estar preparats per aquest aconteixement.

DESTINATARIS

L'àmbit territorial de la campanya son les illes de Menorca i Eivissa, i el seu públic objectiu:

- Gent gran (tercera edat)
- Societat en general

CONTINGUTS I DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

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

Aquesta campanya té un **triple objectiu**:

- Generar consciència ciutadana de l'apagada analògica de la televisió i l'encesa digital (TDT), en les dates previstes: 30 de juny de 2009 a Menorca i Eivissa
- 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'indicar una mateixa línia creativa per acollir els diferents objectius i missatges

Aquesta campanya comprèn:

- Imatge, adaptable a tots els suports.
- Lema que fomenti/n la comunicació de tots els públics objectius.
- Disseny 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, banderoles, panells).
- Creació i producció de fullets informatius amb informació més detallada destinats a la població de mes de 60 anys.
- Elements de marxandatge (imans).

- Disseny i realització de banners per incloure a webs institucionals.
- Alternativament i en funció de la proposta creativa, 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.

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 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 i 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, panells, banderoles).
- Producció del banners i d'altres elements de promoció a Internet.
- Producció dels fulletons, amb el nombre d'impressions per illa.

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 o banderoles i panells, tinguem-ne en compte la ubicació de cartells a llocs estratègics propis d'aquesta illa. Pel que fa per tant a opis, banderoles o 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, cartells o banderoles.
- L'empresa adjudicatària ha d'encarregar-se de difondre els fulletons, d'acord amb el públic destinatari (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 a la director del projecte: el director executiu de Multimèdia de les Illes Balears, o a la persona o persones en les quals pugui delegar.

En finalitzar la campanya, s'entregarà al director executiu de Multimèdia de les Illes Balears un informe de resultats.

METODOLOGIA DE FEINA

Els licitadors han de presentar un projecte que inclogui:

1. Idea base de la campanya: lema o lemes, 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, i, si n'hi ha, banderoles, cartells 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 del director executiu 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. El director 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 la 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. Disseny, 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 l'impacte creatiu, la capacitat per arribar al públic objectiu i 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:

- Disseny, qualitat i creativitat dels elements i materials a elaborar: 30
- Calendari d'actuacions, distribució material i planificació mitjans: 20
- Realització i producció: 10

2. Avaluació de l'oferta econòmica de l'oferta

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:

$$\text{PUNTUACIÓ MILLORA} = 2 * (\text{Qe} / \text{Qmàx}) * \text{K}$$

Qe= quantia econòmica de la millora que es valora

Qmàx= quantia econòmica de la millora més valorada dins el conjunt de totes les millores proposades pels licitadors

K= coeficient de ponderació (valor màxim 1)

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 moment en què sigui signat, sempre que l'empresa adjudicatària hagi disposat la garantia definitiva, i acabarà el dia 30 de juny de 2009

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

B. PRESSUPOST

Els licitadors han de presentar ofertes per un import màxim de 150.000 €, 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 del director del Contracte.

D. ALTRES DRETS I OBLIGACIONS

L'empresa adjudicatària ha de facilitar l'examen de qualsevol procés o fase dels treballs. El director 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.

El director 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.

L'Administració 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.

El director 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, el director 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 cinta magnètica i, a més a més, si és possible, en format Real Àudio.

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