

INFORME DE VALORACIÓ **Identificació del document**

Valoració dels criteris, dels quals depèn un judici de valor, segons les ofertes presentades en el sobre núm. 2, i d'acord amb el "Plec de clàusules per la contractació de servei d'una agència de publicitat per l'assessorament, definició conceptualització de l'estratègia de comunicació i arquitectura de missatges, creativitat i producció de màsters de la campanya de reposicionament de la marca Lloret de Mar".

Informe

Vist el "Plec de clàusules per la contractació de servei d'una agència de publicitat per l'assessorament, definició conceptualització de l'estratègia de comunicació i arquitectura de missatges, creativitat i producció de màsters de la campanya de reposicionament de la marca Lloret de Mar" que es desenvolupa des Lloret Futur i la seva publicació en el Perfil del Contractant del web de Lloret Turisme en data 21/03/2017, es considera i valora en aquest informe l'acreditació dels aspectes d'adjudicació mitjançant judici de valor, segons la documentació presentada per les empreses licitadores en el sobre 2, d'acord amb allò indicat a la clàusula 10.B de l'esmentat Plec.

La puntuació del sobre 2 es valora en un total de fins a 55 punts, i té la denominació de "memòria tècnica", seguint els aspectes i la puntuació següent:

B) CRITERIS D'ADJUDICACIÓ VALORABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR (fins a 55 punts)

1.- Memòria relativa al disseny de prestació del servei valorable mitjançant judici de valor: La documentació relativa a la memòria de prestació del servei haurà de recollir els següents aspectes:

1. Disseny i execució de la campanya paraigües reposicionament de marca: fins a 25 punts
2. Disseny i execució de l'acció tàctica "campanya de civisme" 2017-2018: fins a 20 punts
3. Metodologia de treball: fins a 10 punts -Pla d'accions a desenvolupar: fins a 5 punts -Calendarització de les accions: fins a 5 punts

La valoració de les ofertes es porta a terme d'acord amb el que s'estableixen el Plec de clàusules i sobre una puntuació màxima que admet l'aplicació discrecional dins del màxim establert per cadascun dels aspectes tècnics a valorar de les memòries. Es especial es puntuarà les propostes que comportin un major impacte i atracció de les actuacions.

Vist que en data 31/03/2017, va finalitzar el termini per a la presentació de les ofertes, presentant proposicions en temps i forma les següents empreses licitadores, que han superat l'obertura del sobre núm. 1:

Empreses licitadores

- Plica núm. 1.- IMC MEDIA&COMMUNICATIONS SL
- Plica núm. 2.- VIDALLARSSON-DUPREZ SL
- Plica núm. 3. CHARLES PUBLICITAT SL
- Plica núm. 4. MARLON BRANDING COMUNICACIÓ

Seguidament, es defineixen les puntuacions assolides per cada empresa licitadora en funció dels aspectes a valorar que depenen d'un judici de valor, indicats a l'apartat 10.B del Plec:

Plica núm. 1

Campanya general

- Concepte creatiu: Bon concepte perquè reforça el sentiment de pertinença de la ciutadania.
- Aplicació gràfica fresca, neta i actual (referència a les noves tecnologies).
- To i estil: Adaptat a la personalitat de marca de Lloret.
- No coincideix exactament el contingut de la memòria lliurada amb la presentació realitzada al comitè d'experts. A la presentació es va donar més informació.
- Proposta no adaptada als mercats internacionals.
- Claim i hashtag: Claim massa llarg i hashtag no adaptat a idiomes ni relacionat amb la campanya.
- Proposta no adaptada als públics objectius.

Campanya de civisme.

- Només és proposa l'adaptació però no està treballada com acció tàctica independent com es demanava.
- No hi ha detall d'accions vinculades a la campanya de civisme.

Puntuació criteris: 27 punts

- Disseny i execució de la campanya paraigües reposicionament de marca 15 punts
- Disseny i execució de la acció tàctica "campanya de civisme" 2017-2018. 5 punts.
- Metodologia de treball
 - Pla d'accions a desenvolupar 2 punts.
 - Calendarització de les accions 5 punts

Plica núm. 2

El comitè d'experts en revisar de forma exhaustiva la memòria del projecte observa que s'ha incorporat informació econòmica dins de la proposta del sobre 2 el que implica la seva exclusió del procés de licitació.

Plica núm. 3

Campanya general

- Concepte creatiu adaptat a la personalitat de marca de Lloret.
- Disseny imaginatiu, trencador, modern i actual.
- To i estil fresc, divertit i desenfadat.
- Proposta que ha tingut en compte els diferents productes turístics.
- Claim amb moltes possibilitats i perdurable en el temps.
- Proposta no adaptada a tots els mercats.
- Accions detallades de la campanya genèrica en que s'ha arribat fins al final del seu desenvolupament.

Campanya de civisme.

- Integrada dins la campanya genèrica però amb personalitat i disseny propi.
- Execució baixada fins el darrer detall.

Puntuació criteris: 41 punts

- Disseny i execució de la campanya paraigües reposicionament de marca 20 punts
- Disseny i execució de la acció tàctica "campanya de civisme" 2017-2018. 15 punts.
- Metodologia de treball
 - Pla d'accions a desenvolupar 5 punts.
 - Calendarització 1 punts.

Plica núm. 4

Campanya general

- Proposta original i trencadora.
- No coincideix exactament el contingut de la memòria lliurada amb la presentació realitzada al comitè d'experts. A la presentació es va donar més informació.
- A nivell de concepte és considera més una campanya puntual que un concepte general de marca.
- No es treballen els diferents públics.
- No es treballen els diferents productes turístics.
- Multitud de proposta de hashtags.
- Pla d'accions molt teòric i poc concret.
- No hi ha calendari.

Campanya de civisme

- No es proposen accions pròpies per la campanya de civisme, és una adaptació de la campanya genèrica.
- No es proposen accions concretes.

Puntuació criteris: 15 punts

- Disseny i execució de la campanya paraigües reposicionament de marca 10 punts.
- Disseny i execució de la acció tàctica "campanya de civisme" 2017-2018. 5 punts.
- Metodologia de treball
 - Pla d'accions a desenvolupar 0 punts.
 - Calendarització de les accions 0 punts.

Conclusions

En conclusió i d'acord amb les consideracions indicades anteriorment, a continuació s'exposa la puntuació total obtinguda fruit de l'avaluació dels criteris subjectes a judici de valor de les propostes presentades en el procediment de licitació:

Criteris	Puntuació (fins a)	Plica 1	Plica 2	Plica 3	Plica 4
Disseny i execució de la campanya paraigües reposicionament de marca	25	15	Exclosos	20	10
Disseny i execució de la acció tàctica "campanya de civisme" 2017-2018	20	5	Exclosos	15	5
Pla d'accions a desenvolupar	5	2	Exclosos	5	0
Calendarització de les accions	5	5	Exclosos	1	0
Total	55	27		41	15

LLORET FUTUR, S.A.

El que informe, als efectes que s'estimin oportuns, s'eleva aquest informe a la Mesa de Contractació, a Lloret de Mar, 6 d'abril de 2017.

Three handwritten signatures in blue ink, arranged horizontally. The first signature on the left is highly stylized and appears to contain the name 'Allegany'. The middle signature is also stylized and appears to contain the name 'Mora'. The signature on the right is a large, sweeping mark that is difficult to decipher.