

**PLEC TÈCNIC DE LICITACIÓ PER A LA CONTRACTACIÓ DE L'HOMOLOGACIÓ DE
PROVEÏDORS PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS ESPECIFICATS**

1.- INTRODUCCIÓ

Barcelona de Serveis Municipals, S.A. (B:SM) és una societat anònima participada al 100% per l'Ajuntament de Barcelona. La nostra prioritat és proporcionar serveis de qualitat als ciutadans i clients en àmbits com la mobilitat o en diferents espais emblemàtics de cultura, lleure natura i biodiversitat. BSM actualment inclou:

- BSM marca corporativa
- Serveis de mobilitat i cura de la ciutadania i l'espai públic: AREA, Aparcaments, Spro, Smou, Bicing, Endolla, Estació del Nord i Estació de Fabra i Puig, Grues, Zona bus i Agents Cívics
- Lleure, cultura, natura i biodiversitat: Port Olímpic, Park Güell, ZOO, Anella Olímpica i Fòrum.

Parc d'Atraccions Tibidabo, S.A és una societat participada 100% per l'Ajuntament de Barcelona i per l'empresa municipal B:SM que dirigeix l'explotació del Parc d'Atraccions així com dels centres de restauració de les instal·lacions.

Cementiris de Barcelona, S.A. és una empresa del grup B:SM, que gestiona els nou cementiris de la ciutat de Barcelona, Montjuïc, Poblenou, Sant Andreu, Les Corts, Collserola, Horta, Sants, Sarrià i Sant Gervasi, així com el centre de cremació situat a Montjuïc.

2.- OBJECTE

L'objecte del present contracte és l'adjudicació d'un acord marc per a la posterior contractació del servei consistent en coneixement al client, estratègia, conceptualitzacions i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting, peces de comunicació i adaptacions gràfiques i audiovisuals de peces existents, disseny i maquetació de revistes, dossiers, presentacions i memòries corporatives digitals i/o físiques, produccions audiovisuals i de so, digitals i tradicionals, adaptacions d'originals ja existents i campanyes de comunicació reputacionals i de prestigi elaboració de continguts, relacions públiques, assessoria comunicativa i comunicació de crisi.

L'homologació va dirigida a agències de comunicació que puguin cobrir aquestes necessitats.

En aquest sentit, BSM, PATSA i CBSA han convocat un procediment de contractació comú per a l'adjudicació d'aquestes tipologia de serveis. En conseqüència, els serveis reclamats per les diferents unitats de BSM, PATSA i CBSA durant el període de vigència de l'Acord Marc, seran realitzats pels homologats del present procediment.

El present Acord Marc es licita conjuntament de manera transversal per acord entre BSM, PATSA i CBSA per motius d'eficiència administrativa i tècnica.

Les principals tasques que s'hauran de desenvolupar per la prestació d'aquest servei per les 3 societats (BSM, PATSA i CBSA) es detallen a continuació a títol orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

✓ **LOT 1: CONEIXEMENT AL CLIENT**

Els estudis de client/clienta són tots els estudis en els quals la finalitat és conèixer el perfil, la valoració, l'opinió, etc dels diferents actors a l'entorn de B:SM, i, especialment la dels seus clients/clientes. Les tipologies estandarditzades d'aquests tipus d'estudis són les següents:

- Realització d'estudis basats en enquestes de satisfacció (en endavant ISC)
- Realització de Client Misteriós
- Realització de Focus Group
- Estudis d'Experiència de Client
- Mapes de CX
- Estudis etnogràfics
- Estudis usabilitat eines online
- Estudis de neoromarketing
- Altres estudis ad hoc requerits per B:SM

✓ **LOT 2: ESTRATÈGIA, CONCEPTUALITZACIONS I DISSENY DE CAMPANYES DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING I ADAPTACIONS GRÀFIQUES I AUDIOVISUALS DE PECES EXISTENTS**

En aquest lot s'inclouen treballs de conceptualitzacions i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting i adaptacions gràfiques i audiovisuals de peces existents. Adjuntem una relació de tipologia de peces/serveis amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

- Conceptualització i disseny de campanya
- Conceptualització i disseny de campanya comunicació interna
- Definició estratègia de marca, plataforma i arquitectura de marca
- Definició i creació d'estratègia i identitat corporativa
- Consultoria estratègica de posicionament
- Consultoria i anàlisi de mercat
- Creació de *benchmarks*
- Posicionament de marca, *branding* i identitat corporativa

- Conceptualització campanya de comunicació de marca
- Disseny *flyer*
- Disseny tríptic
- Disseny anunci A4, doble pàgina, ½ pàgina, Faldó, Publireportatge, Revistes especialitzades
- Realització de màsters en format *print*
- Adaptacions en tots els formats
- Disseny opi, *muppi*
- Creació del logotip
- Creació de manual de marca, declinacions i aplicació del logotip
- Disseny banderola
- Disseny lona
- Vinil 40 x 40
- *Roll-ups*
- *Photocall*
- *Spot*
- Falca
- Disseny de peces *on-line* com *banner*, *landing page*, etc.

✓ **LOT 3: DISSENY I MAQUETACIÓ DE REVISTES, DOSSIERS, PRESENTACIONS I MEMÒRIES DIGITALS I/O FÍSQUES**

En aquest lot s'inclouen treballs de disseny, maquetació i tasques editorials com redacció, edició, adaptació de textos ja existents i correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil. Adjuntem una relació de tipologia de peces/serveis amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

- Disseny de revistes digitals i/o en format paper i maquetació
- Creació de memòries corporatives
- Presentacions corporatives
- Dossier corporatius
- Continguts editorials amb caràcter general, incloent redacció, revisió i correcció ortogràfica i semàntica
- Cerca i aportació d'imatges de recurs, icones, pictogrames i altres recursos gràfics
- Tractament i edició d'imatges
- Disseny i creació d'infografies, il·lustracions, taules i gràfics

✓ **LOT 4: PRODUCCIONS AUDIOVISUALS I DE SO, DIGITALS I TRADICIONALS. ADAPTACIONS D'ORIGINALS JA EXISTENTS**

En aquest lot s'inclouen treballs de produccions audiovisuals que no vagin lligats de una campanya, és a dir, vídeos puntuals. Adjuntem una relació de tipologia de peces/serveis amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

- Càpsula 5", 10", 20"
- Creació vídeo corporatiu
- Cobertura esdeveniment
- Creació peces audiovisuals per a XXSS (GIF's, JPEG)
- Càpsula 20" fins a 40"
- Càpsula 1' a 3'
- Falca de ràdio
- Adaptacions dels continguts audiovisuals

✓ **LOT 5: CAMPANYES DE COMUNICACIÓ REPUTACIONALS I DE PRESTIGI, ELABORACIÓ DE CONTINGUTS, RELACIONS PÚBLIQUES, ASSESSORIA COMUNICATIVA I COMUNICACIÓ DE CRISI**

En aquest lot s'inclouen tots els treballs que facin referència a l'assessoria en comunicació per a fets puntuals o campanyes comunicatives específiques de llarg recorregut. Adjuntem una relació de tipologia de peces/serveis amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

- Creació i desenvolupament de plans de comunicació
- Estratègia comunicativa
- Campanyes de reputació i/o prestigi
- Elaboració de notes de premsa
- Continguts per a xarxes socials
- Contacte i convocatòria de mitjans de comunicació
- Difusió de la comunicació
- Campanyes per a comunicació de crisi
- Monitorització de les campanyes
- Suport i assessoria en comunicació
- Contacte amb *influencers* a xarxes socials
- Relacions Públiques
- Suport a l'organització d'esdeveniments per a premsa o actes corporatius
- Creació d'*storytelling*
- Creació d'audiovisuals
- Creació de Bases de dades de mitjans generalistes i especialitzats
- Suport en la comunicació interna

4.- RECURSOS HUMANS DESTINATS AL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin necessaris per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessària per l'assoliment de resultats.

L'empresa adjudicatària ha de designar un responsable únic per tenir informada la Direcció de Comunicació i Màrqueting.

Hi haurà reunions, a demanda del responsable del contracte i es definirà a cada derivat la periodicitat. Es farà un repàs exhaustiu de cadascuna de les accions i campanyes, així com del calendari de treball, i establir prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament de les accions. Es farà també un seguiment dels objectius i els assoliments de cada acció.

Correspon a l'adjudicatari desenvolupar les tasques derivades de l'objecte del contracte i establir les prioritats i el mètode de treball.

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció el valida i conforma la Direcció de Comunicació i Màrqueting de BSM.

Correspon a l'empresa adjudicatària del present contracte la direcció i supervisió creativa, per la qual cosa es requereix que l'empresa aporti la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per dur-les a terme i donar servei a encàrrecs que es facin de forma simultània.

4.1.- Horari de prestació del servei

Quan les necessitats així ho requereixin, el servei ha de donar cobertura de dilluns a divendres en horari de 9.00h a 17.00h.

Donada les característiques de la comunicació i la urgència i poca previsió de les necessitats derivades de les circumstàncies de la pandèmia, pot ser necessari donar cobertura del serveis sol·licitats en caps de setmana i/o festius en horari de 9h a 21h.

4.2.- Lloc de prestació del servei

Les entitats contractants podran sol·licitar en qualsevol moment que part dels serveis sol·licitats es duguin a terme des de les seves pròpies dependències de manera presencial.

5.- IDIOMA

Les peces de comunicació i accions de comunicació hauran de ser com a mínim en català. BSM determinarà cada campanya o peça de comunicació en quins idiomes s'haurà de traduir, podent-se demanar fins a 4 idiomes diferents.

La empresa adjudicatària serà responsable de les traduccions i adaptacions als diferents idiomes així com garantir la correcció ortogràfica i gramatical a tots els idiomes amb una empresa oficial de traduccions.

Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei.

6. PECES A ENTREGAR

Una vegada finalitzat el projecte s'hauran d'entregar les arts finals i les peces en obert i ben empaquetades amb tots els links inclosos.

En el cas de les peces audiovisuals també s'hauran d'entregar sempre tots els vídeos en brut.

7. TARGETS A IMPACTAR

Es definirà en funció de cada necessitat de comunicació.

En general: ciutadania, clientela, Ajuntament de Barcelona, treballadores i treballadors de BSM i entitats col·laboradores.

8.- CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.

8.1.- Clàusula de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empara d'aquest contracte pertany a les entitats contractants, de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a la Direcció de cadascuna de les entitats contractants.

8.2.- Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzar per la Direcció de les entitats contractants.

8.3.- Clàusula de protecció de dades de caràcter personal

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen en les instal·lacions informàtiques de la de les entitats contractants, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals.

Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de la de les entitats contractants que puguin fer els tècnics de l'adjudicatària. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de la Direcció de les entitats contractants i sense l'autorització del seu personal intern. Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte haurà de ser clarament advertit sobre aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

La Direcció de les entitats contractants es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables de les eventuais cessions.

9 . EQUIP DE TREBALL BASIC NECESSARI ASSIGNAT

Els licitadors hauran d'aportar una declaració en la que es comprometin, en cas de ser adjudicataris, a l'adscripció dels mitjans personals per a l'execució del contracte, a efectes de l'article 76.3 de la LCSP, que es concretin en cadascun dels derivats.

En tot cas, els professionals proposats hauran de comptar amb la titulació adient per executar els treballs que són objecte d'aquest Acord Marc d'acord amb la documentació tècnica que s'incorpora i amb la descripció dels treballs.

Seràn admeses les titulacions que, en el marc dels treballs a desenvolupar i que són descrits en la documentació tècnica que integra l'Acord Marc i que es desprenen de les actuacions pròpies dels mateixos, es corresponguin amb les indicades, tot i que puguin diferir en nomenclatura, per motius de titulacions homologades en l'àmbit europeu o bé per la nova denominació que pugui haver assignat el nou pla de carreres universitàries.

L'equip mínim s'especificarà en cada un dels derivats. A títol merament orientatiu i no limitatiu, sense implicar que els que s'enumeren a continuació es sol·licitin posteriorment. Es podran sol·licitar alguns dels següents dels perfils.

- **Coordinador/a del projecte:** Ha de tenir un mínim de 10 anys d'experiència en coordinació i gestió de treballs similars i accions de comunicació digitals. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.
- **Social Media Manager:** Ha de tenir un mínim de 7 anys d'experiència en planificació estratègica de campanyes i accions de comunicació, dels quals un mínim de 5 en estratègies i campanyes digitals. Elaboració de l'estratègia digital multicanal. Anàlisi d'objectius, anàlisi dels canals propis i situació de mercat, públics objectius, canals i recursos. Definició de la línia de comunicació digital estratègica i creativa, i estratègia de difusió per aconseguir els objectius de comunicació i la planificació dels canals de difusió digitals i ha de coordinar els equips de community managers.
- **Community Manager:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Es valorarà la experiència en el sector públic. Han de gestionar, dinamitzar, optimitzar i mantenir la comunitat virtual de les plataformes de B:SM.
- **Director/a creatiu/va digital:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de participar en la definició de l'estratègia de la campanya i accions digitals, dirigir els equips creatius, liderar i supervisar la

tasca de creativa, supervisar la producció creativa a nivell d'art.

- **Director/a d'art digital:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Han de fer la tasca de creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.
- **Redactor/a creatiu/va digital:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de fer la tasca de conceptualització d'informació i de redacció publicitària. Ha de ser especialista en SEO.
- **Redactor branded content per suports digitals:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Han de fer la tasca de conceptualització de continguts, per suports web i branded content per altres suports. Especialista en SEO.
- **Executiu/va de comptes:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostaria.
- **Senior Planner** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques d'estratègia, anàlisis i benchmark
- **Director/a de comptes:** Ha de tenir un mínim de 6 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostaria.
- **Dissenyadors/a gràfics digitals i multimèdia:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions en el món digital. Dominar els programes de disseny multimèdia i de producció i post-producció de vídeos.
- **Documentalista:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Experiència en la cerca d'imatges.
- **Editor gràfic:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Experiència en el tractament d'imatges.
- **Productor/a audiovisual:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de fer les produccions de vídeos i audiovisuals per diferents suports digitals.
- **Analista i escolta activa:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Serà responsable de la definició de kpi, anàlisis de resultats, reporting d'informació per la presa de decisió. Gestió i monotorització de l'escolta activa.

10 . REQUERIMENTS MÍNIMS

LOT 1: CONEIXEMENT AL CLIENT

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 1 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- Disponibilitat de realització reunions periòdiques de tipus presencial a Barcelona
- Disponibilitat dels mitjans tecnològics necessaris per a la realització de les diferents tasques a encomanar
- Disponibilitat d'un mínim de 5 aparells per a la realització de CAPI
- Disponibilitat eina informàtica per a la gestió estadística de les dades.
- Disponibilitat de realitzar tasques de treball de camp durant les 24 hores del dia i els 7 dies de la setmana.
- Disponibilitat per a realitzar enquestes tant (temporalment) puntuals com sostingudes durant un període prolongat de temps
- Capacitat per tal de poder fer entrevistes als enquestats tant presencialment, telefònicament o en línia.
- Capacitat per a poder dur a terme entrevista en profunditat. En determinades ocasions caldrà que l'estudi es fonamenti en entrevistes extenses realitzades a un grup reduït de persones a les que es demanarà opinió general i particular envers assumptes que puguin ser de l'interès de BSM. A tals efectes el licitador haurà de disposar d'un entrevistador/entrevistadora específicament capacitat.
- Donar resposta a la petició feta per B:SM en menys de 72 hores en condicions normals (temps que transcorre entre la petició i l'inici de les tasques de camp sense comptar dies festius) i de 24 hores en condicions d'urgència.
- Disposar d'una estructura organitzativa clara (organigrama) que possibiliti la total determinació de les responsabilitats envers les feines que es duguin a terme per encàrrec de BSM.
- Capacitat de disposar d'un mínim de 15 treballadors en condicions normals preparats per a realitzar les tasques que correspongui. En el cas de condicions d'urgència es requereix un mínim de 5 treballadors
- Adaptar-se a la metodologia (entrevista presencial, telefònica, online, focus group, etc.) proposada per B:SM si aquest així ho indica
- Disposar de personal de reserva per a cobrir baixes que puguin produir-se a l'inici o durant un dia de treball
 - o 20% dels treballadors associats a una tasca amb un mínim de 2 persones que puguin respondre en un temps inferior a 2 hores
 - o 50% dels treballadors associats a una tasca amb un mínim de 3 persones que puguin respondre en un temps inferior a 24 hores
- Per a cada feina concreta el licitador ha de poder instruir previamente al seu personal de forma i manera suficient per tal que es pugui garantir la correcta execució de la mateixa

- Disponibilitat per poder realitzar tasques en tota la ciutat de Barcelona
 - Disponibilitat de visualització per part de B:SM dels resultats obtinguts en línia durant la recollida dels mateixos
 - Les tasques només es podran ajornar per acord entre B:SM i l'empresa proveïdora i en cap cas aquesta ho podrà decidir per mutu propi
 - En cas que apliqui, B:SM podrà requerir l'estat de les tasques realitzades dia a dia per a poder fer un seguiment acurat i prendre les mesures d'ajust que consideri adequades
 - Disponibilitat de monitorització de l'estat actual de la recollida de dades a dia vista
 - Disponibilitat de realitzar un mínim de 50 enquestes diàries
 - Disponibilitat d'incorporar la realització de fotografies en la realització de treball de camp sempre que es requereixi per part de B:SM
 - Disponibilitat de geolocalització dels diferents treballs realitzats de camp
 - Validació de totes les tasques realitzades en camp per part de personal propi de l'empresa,
 - Capacitat per a depurar les dades en el sentit de poder assegurar la veracitat de les dades un cop aquestes siguin depurades
 - Totes les dades s'han de lliurar en el format que B:SM consideri (formats habituals en els entorns de gestió de dades).
 - Els documents es lliuraran en idioma català, per defecte, i en cas que B:SM ho demani de forma específica en altres llengües: castellà o anglès
 - En cas d'enquestes per telèfon, existirà la possibilitat de gravació de les mateixes i disponibilitat per part de B:SM en un període de 12 mesos
 - Que les dades que proporcioni el proveïdor siguin geo localitzables
 - El temps que transcorrerà entre la finalització d'una jornada de treball i l'inici de la següent no serà inferior a 12 hores
 - La documentació en suport informàtic que es lliuri a BSM per part del licitador ha d'haver passat per la corresponent detecció d'antivirus.
 - Tota la documentació que lliuri el licitador a BSM ha d'especificar la seva versió.
- El licitador haurà de disposar d'un seguiment documentat envers les versions de la documentació lliurada a BSM.

LOT 2: ESTRATÈGIA, CONCEPTUALITZACIONS I DISSENY DE CAMPANYES DE COMUNICACIÓ I ADAPTACIONS GRÀFIQUES I AUDIOVISUALS DE PECES EXISTENTS

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 2 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui als dissenys. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències de màrqueting digital, productores, estudis de so, etc.
- L'agència s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que la Direcció de Comunicació que l'Ajuntament designi, si aquest fos el cas.
- Un cop finalitzada la campanya, l'agència ha d'emplenar les diferents fitxes tècniques de la campanya i enviar-les, juntament amb els originals de campanya (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Comunicació i Màrqueting de B:SM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - o Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - o En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5)

LOT 3: DISSENY I MAQUETACIÓ DE REVISTES, DOSSIERS, PRESENTACIONS I MEMÒRIES DIGITALS I/O FÍSQUES

Les empreses que llicitin per homologar-se al LOT 3 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui a les revistes, dossiers, presentacions i memòries. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Comunicació i Màrqueting de B:SM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - o Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - o En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5)

**LOT 4: PRODUCCIONS AUDIOVISUALS I DE SO, DIGITALS I TRADICIONALS.
ADAPTACIONS D'ORIGINALS JA EXISTENTS**

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 4 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de tots els textos que s'incloguin a les produccions audiovisuals per un professional o empresa especialitzada.
 - L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies, videos i so que inclogui les produccions audiovisuals. El preu de compra/realització de totes les fotografies, altres recursos gràfics, dietes i desplaçaments estaran inclosos dins els pressupostos dels derivats.
 - L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
 - L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
 - Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), i peces en brut dels rodatges a la Direcció de Comunicació i Màrqueting de B:SM.
 - Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - o Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - o En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
- (Capítol 5)

**LOT 5: CAMPANYES DE COMUNICACIÓ REPUTACIONALS I DE PRESTIGI,
ELABORACIÓ DE CONTINGUTS, RELACIONS PÚBLIQUES, ASSESSORIA
COMUNICATIVA I COMUNICACIÓ DE CRISI**

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 5 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui a les comunicacions. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Comunicació i Màrqueting de B:SM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - o Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - o En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>

(Capítol 5)