

PLEC PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PARTICULARS PER A L'ADJUDICACIÓ DELS SERVEIS D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA PER A LA PRODUCCIÓ DE FOTOGRAFIES I MATERIALS AUDIOVISUALS PER A LA DIRECCIÓ DE PROMOCIÓ DE CIUTAT

Contingut

1. CONTEXT	2
1.1 Presentació de la Direcció de Promoció de Ciutat i les seves accions	2
1.2 Els canals de comunicació de l'àrea de Promoció de Ciutat	5
1.3 Públic objectiu a qui s'adrecen les accions de Promoció de Ciutat	6
1.4 Objectius de comunicació dels materials de Promoció de Ciutat.....	7
2. OBJECTE DEL CONTRACTE.....	7
2.1 Descripció de les tasques	8
4.2 Requeriments addicionals	11
4.3 Requeriments tècnics	13
4.4 Equip tècnic necessari	14
3. PERÍODE I LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI	15

1. CONTEXT

1.1 Presentació de la Direcció de Promoció de Ciutat i les seves accions

En el context d'un món globalitzat i interconnectat, la promoció econòmica de Barcelona en la seva dimensió internacional és necessària per:

- Explicar els valors de Barcelona i la solidesa dels fonaments de la nostra economia: Tenim molts atributs i fortaleeses i un compromís amb una economia oberta, social i solidària, respectuosa amb el medi ambient i amb les persones, apostant per la diversificació sectorial, la innovació i la creativitat i garantint l'estabilitat i confiança. Cal projectar al món la nostra essència i allò que ens fa únics per expressar el nostre diferencial i identitat.
- Vetllar per la reputació de Barcelona, mantenint o millorant el bon posicionament del que gaudeix actualment la ciutat, treballant coordinadament amb empreses, institucions i ciutadania. El bon posicionament global de Barcelona és una palanca per dinamitzar l'economia local, comunicant els seus actius, a partir d'un relat diferencial consensuat.
- Millorar les connexions aèries de llarg recorregut i promoure Barcelona com a *hub* aeri intercontinental.
- Captar activitat exterior que generi prosperitat, oportunitats i ocupació de qualitat, que és el millor antídote per prevenir i reduir les desigualtats.
- Atraure, acollir i retenir talent internacional que aportí innovació i diversitat a la societat i l'economia local i fer de Barcelona una ciutat referent en l'acollida i la integració de la comunitat internacional.

Per fer les tasques de promoció internacional de Barcelona, la **Direcció de Promoció de Ciutat** de l'Ajuntament de Barcelona té un Pla d'acció anual 2023 i un Pla estratègic per al període 2019-2023.

Les accions de la direcció de Promoció de Ciutat s'estructuren en tres grans línies d'activitat:

a) La reputació internacional de la ciutat: Marca Barcelona

Barcelona gaudeix d'una bona imatge internacional i un bon posicionament respecte a altres **ciutats** com ho demostren els bons resultats en les classificacions i indicadors realitzats per agències i consultores independents.

Des de la perspectiva econòmica, el bon posicionament internacional de Barcelona pot ser útil per:

- Generar percepcions favorables en processos de decisió sobre implantació d'activitats econòmiques en el nostre territori.

- Facilitar l'atracció a congressos, fires o altres esdeveniments empresarials, culturals o esportius.
- Impulsar l'atracció de talent internacional.
- Afavorir que les empreses que s'instal·lin a la Barcelona metropolitana arrelin al territori i impulsin desenvolupament local.
- Donar suport a les empreses locals en el seu procés d'internacionalització.
- Reforçar les dinàmiques de dinamització interna de la ciutat: generar sentit de pertinença dels barcelonins i barcelonines.

En definitiva, tenir una marca acreditada, sòlida i de prestigi, té molts efectes positius. Per consultar sobre la marca Barcelona: [Identitat i posicionament de Barcelona. Un relat coral](#). També hi ha informació sobre el posicionament econòmic de Barcelona a la publicació [Barcelona. Your Partner for a lifetime project. 10 reasons for doing Business](#) i al vídeo en aquest [enllaç](#).

Per projectar la imatge i els valors de la marca Barcelona, una de les accions més destacades ha estat la creació d'una instal·lació interactiva itinerant anomenada **"Plaça de Barcelona"**. Aquesta instal·lació s'ubicarà en llocs preferents d'algunes ciutats estrangers i també a Barcelona durant esdeveniments de caràcter internacional durant el període 2023-24. L'objectiu és potenciar l'atracció de projectes empresarials, inversió i talent internacionals a la nostra ciutat. Les localitzacions previstes són:

b) Promoció econòmica internacional per a la captació d'inversions

Es duen a terme una sèrie d'accions en **mercats estrangers** que tenen com a principal objectiu la millora del **posicionament de Barcelona com a ciutat de negocis** i la **captació d'inversió** per a la nostra ciutat. D'acord amb els **mercats prioritaris** i els **sectors estratègics**, i del creuament d'aquests dos paràmetres, es defineixen les accions operatives a desenvolupar.

Es realitzen missions de diplomàcia econòmica, participació en xarxes de ciutats i també es reben delegacions econòmiques que visiten la ciutat en viatge de negocis, prospecció o per participar en fires com l'ISE, el MWC o l'SCWE.

També es realitza la promoció internacional de determinats sectors estratègics amb capacitat de creixement: **Tecnològic, Urbanístic, Rutes Aèries, Científic, Start-ups, Industrial-Logístic-Mobilitat i Disseny-Indústries Creatives**.

En els propers anys es farà un focus en la promoció també de la Copa Amèrica, un gran esdeveniment esportiu amb projecció internacional que generarà nombroses oportunitats per la ciutat.

També es treballa les connexions aèries de llarg recorregut des de l'aeroport de Barcelona-El Prat, a través de la participació al Comité de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA).

c) El talent internacional: atracció, acollida, dinamització i fidelització

La ciutat atrau persones que venen a estudiar postgraus, doctorats i màsters en universitats i escoles de negoci, o bé, a fer recerca en algun dels centres d'investigació de referència. Molts decideixen quedar-se a Barcelona i emprendre un projecte empresarial o crear una start-up o una spin-off.

A més a més, les empreses locals requereixen perfils de persones altament qualificades que a vegades no troben entre les persones que viuen a la ciutat i han d'atraure-les d'altres localitzacions.

Tots aquests perfils de persones són el que anomenem talent internacional: persones amb iniciativa emprenedora, inversors, professionals qualificats, investigadors, estudiants, etc.

El "talent internacional" és valuós per la prosperitat i riquesa de l'economia local perquè:

- Generen riquesa directa amb el seu consum, inversions, projectes professionals i empresarials;
- Aporten capital humà, impulsant la competitivitat, innovació i diversitat a les nostres empreses i societat;
- Juguen un paper clau en les decisions d'inversions estrangeres i canalitzen projectes de negocis estrangers;
- Fan d'ambaixadors econòmics i prescriptors de la nostra economia als seus països d'origen.

Per aquests motius, tenim un Pla per al talent internacional de Barcelona, o Pla 360º. Aquestes són algunes de les accions d'aquest pla:

- **Barcelona International Community Day (BICD)**

El BICD és una jornada que inclou una fira d'expositors i un ampli programa d'activitats que pretén acollir les persones estrangeres, oferir informació i recursos útils per viure a Barcelona, oportunitats per fer contactes i facilitar la integració. L'any 2022 es va celebrar la 9a edició d'aquest esdeveniment, amb rècord de participació, cosa que demostra el creixent interès any rere any en aquesta jornada que ja s'ha consolidat com el principal punt d'acollida i de trobada de les persones estrangeres que venen a viure i a treballar a Barcelona. (barcelona.cat/internationalcommunityday)

- **Programa d'activitats d'acollida, fidelització i dinamització de la comunitat internacional de Barcelona**

Durant tot l'any organitzarem **una agenda d'actes** per acollir, informar, donar suport i dinamitzar el talent internacional i "connectar-lo" amb el nostre teixit econòmic, empresarial i social per tal de generar sinèrgies i un efecte multiplicador que reverteixi en la ciutat.

- **Barcelona International Welcome Desk**

La Direcció de Promoció de Ciutat és l'encarregada de la comunicació i promoció del Barcelona International Welcome Desk, el servei municipal d'atenció personalitzada al talent internacional que arriba a Barcelona per viure i treballar-hi. És un servei que ofereix informació, assessorament i tramitació d'alguns tràmits locals, que té la seva oficina a l'edifici MediaTIC i que també ofereix atenció en línia. (barcelona.cat/welcome-desk)

1.2 Els canals de comunicació de l'àrea de Promoció de Ciutat

WEBS

- **Meet Barcelona / Invest and Do Business** - meet.barcelona/ca/inverteix-i-fes-negocis

Web en 4 idiomes (CAT, ES, EN i FR) dirigit al públic internacional que vol fer negocis o invertir a la ciutat amb informació econòmica i dels sectors econòmics estratègics per la ciutat, així com altre informació clau per connectar amb els principals agents de ciutat.

- **Barcelona International Welcome (BIW)**- barcelona.cat/internationalwelcome

Web en tres idiomes (CAT, ES i EN) dirigit al talent internacional que aterra o té intenció d'arribar a viure a Barcelona. Té diverses seccions o apartats: Què necessites?, Tràmits, Activitats, Actualitat i publicacions, Welcome Desk i Barcelona International Community Day.

BUTLLETINS

- **Butlletí de Destacats de Promoció de Ciutat**: butlletí intern de caràcter mensual i redactat en català per presentar les principals activitats desenvolupades per la direcció.
- **Butlletins del Barcelona International Welcome**: Butlletins en anglès dirigits a les persones membres de la Comunitat Internacional que viu i treballa a Barcelona. Els objectius comunicatius són els de difondre informacions sobre la ciutat rellevants per al públic objectiu i informar de les activitats pròpies que organitza Promoció de Ciutat.

XARXES SOCIALS

- **Instagram Barcelona International Welcome** ([@welcome_barcelona](https://www.instagram.com/welcome_barcelona))

Canal en anglès enfocat a la comunitat internacional, que mostra de forma gràfica aspectes culturals i socials que reflecteixen el dia a dia de la ciutat.

- **LinkedIn Barcelona International Welcome** - [enllaç](#)

Canal en anglès que inclou informació amb focus més "business" i professional de caràcter pràctic sobre temàtiques de ciutat, notícies sobre les accions dirigides a la comunitat internacional i informació sobre activitats, cursos i iniciatives.

- **Grup Barcelona International Community a LinkedIn** - [enllaç](#)

Grup de LinkedIn per la comunitat internacional que viu a Barcelona, un lloc de trobada i *networking* on les persones comparteixen enllacos i notícies d'interés.

- **YouTube: llista reproducció Barcelona Internacional Welcome:** [enllaç](#)

Dins el canal de Youtube de l'Ajuntament de Barcelona, es gestionen dues llistes: International Welcome i Choosing a School. La primera és la que es va actualitzant amb els vídeos de producció pròpia promoció o resum de les activitats de Barcelona International Welcome, vídeos promocionals de l'àrea de Promoció de Ciutat i gravacions íntegres d'algunes de les activitats (conferències o webinars). YouTube serveix com a repositori de vídeos per poder enllaçar-los des d'altres suports, pel que no es requereix una tasca de manteniment i moderació pròpiament dita.

- **Compte de l'Ajuntament de Barcelona al blog sudcoreà Naver:** [enllaç](#)

Naver Blog és la xarxa social de Naver, el principal portal d'internet de Corea del Sud. El 2022 es va impulsar la creació d'un perfil en aquesta xarxa per comunicar al mercat sudcoreà els actius de Barcelona per atreure talents internacionals, captar possibles projectes d'inversió, promocionar la marca Barcelona.

- **Compte de la ciutat de Barcelona a la plataforma xinesa WeChat**

WeChat és la xarxa social més important de la Xina, multifuncional i flexible que combina característiques de Facebook, Instagram, LinkedIn, Pàgina Web, SMS y Whatsapp. Promoció de Ciutat gestiona el compte oficial de l'Ajuntament de Barcelona en aquesta xarxa per comunicar al mercat xinès actius de Barcelona per atreure talents internacionals xinesos, captar possibles projectes d'inversió, promocionar la marca Barcelona, i mantenir la presència en el mercat que ja ha superat als Estats Units a ser el primer poder econòmic al món, entre altres.

- **Previsió de creació d'una nova web i un nou compte a LinkedIn.**

Aquesta nova web i compte de LinkedIn tindran com a objectius atendre els perfils internacionals; ja sigui els que atenem habitualment com ara membres de delegacions que acollim a Barcelona, visitants d'activitats internacionals que volen tenir més informació sobre la nostra activitat i posicionament (missions, viatges, fires, conferències, etc.), persones que vulguin informar-se sobre el model de ciutat i posicionament general

1.3 Públic objectiu a qui s'adrecen les accions de Promoció de Ciutat

Les accions i els diferents materials de comunicació que es necessiten des de la Direcció de Promoció de Ciutat tenen els següent públic objectiu:

- Representants d'institucions oficials de caràcter econòmic, organismes o entitats internacionals d'interès, com són els consolats, les oficines comercials, cambres de comerç estrangeres, associacions d'empresaris internacionals, etc.
- Empreses multinacionals o empreses que es volen internacionalitzar i tenen interès en localitzar seu o filial al nostre territori .
- Persones emprenedores estrangeres que creen empreses i ocupació, startups i scaleups (empreses emergents) innovadores i en sectors econòmics de futur.

- Estudiants, personal de recerca i investigació, i professionals altament qualificats, amb talent i capacitat d'innovar i d'influir.
- La ciutadania de Barcelona interessada en connectar amb les persones que arriben d'altres països i que conformen el talent internacional.
- Empreses i organitzacions amb equips multiculturals establertes a l'àrea de Barcelona.
- Multiplicadors, prescriptors i agents de ciutat (*stakeholders*) que poden ser còmplices en l'estratègia de millorar de la reputació de Barcelona.

1.4 Objectius de comunicació dels materials de Promoció de Ciutat

- Impulsar la reputació i el posicionament internacional de Barcelona (marca de ciutat), donant difusió dels valors i atractius de Barcelona i donar a conèixer les raons per les quals la ciutat és ideal per establir-s'hi.
- Promocionar l'economia i els seus sectors econòmics estratègics i captar activitat econòmica estrangera que creï ocupació de qualitat
- Donar a conèixer els serveis i les activitats que es duen a terme des del servei Barcelona International Welcome, adreçat a la comunitat internacional de Barcelona.
- Donar a conèixer el servei Barcelona International Welcome Desk, que és el servei municipal d'atenció personalitzada al talent internacional.
- Reflectir la diversitat i la personalitat de la societat barcelonina en la imatge que es projecta externament.
- Transmetre el posicionament i valors de l'Ajuntament de Barcelona: una ciutat oberta i plural, equitativa i inclusiva, dels drets i les oportunitats a tots els barris, en constant diàleg i implicació amb la ciutadania, accessible i transparent.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte són els serveis d'assistència tècnica per la producció de fotografies, i materials audiovisuals per donar suport a l'activitat de la Direcció de Promoció de ciutat de l'Ajuntament de Barcelona.

L'empresa adjudicatària haurà de produir diferents **productes fotogràfics i audiovisuals**, en diferents formats i aplicacions, com poden ser:

- Reportatges fotogràfics i audiovisuals d'actes o esdeveniments organitzats per la Direcció de Promoció de Ciutat.
- Material fotogràfic i audiovisual per nodrir de continguts els webs i xarxes socials gestionats per Promoció de Ciutat.
- Vídeos promocionals de les activitats que s'organitzen.
- Gravacions de missatges institucionals.

- Gravació i retransmissió en *streaming* d'alguns actes.
- Etc.

2.1 Descripció de les tasques

En concret, té per objecte les següents tasques:

- **Coordinació, planificació, disseny i seguiment de la proposta de producció de fotografies i materials audiovisuals.** L'empresa adjudicatària haurà de coordinar-se i seguir les eventuais instruccions d'altres departaments municipals que donen suport a la Direcció de Promoció de Ciutat, com és la Direcció de Comunicació. Així mateix haurà de treballar de forma estreta i en equip amb l'empresa proveïdora dels serveis de creació de continguts digitals per als canals adreçats a la comunitat internacional de Barcelona.
- **Producció de les següents tipologies de peces:**
 - **Reportatge fotogràfic de mitja jornada.** Dins d'aquesta classificació, hi pot haver dos tipus d'encàrrecs:
 - Reportatges que donaran cobertura a actes, conferències, jornades o similars. Els actes seran entre 2 hores i mitja jornada i la realització del reportatge inclourà la realització de fotografies, el seu retoc i l'entrega a l'equip de la Direcció de Promoció de la Ciutat. S'haurà de posar a disposició un mínim de 20 imatges i es demanarà un mínim de 8 fotografies en horitzontal i vertical per lliurar, com a molt tard, el dia següent.

O bé:
 - Shooting per a la producció d'imatges de recurs en una localització amb màxim dos figurants per a ser utilitzades per als webs i xarxes socials gestionats pels equips de Promoció de Ciutat.

El lliurament de les fotografies, editades, seria a 2 dies hàbils posteriors a la realització de l'acte o shooting.
 - **Reportatge fotogràfic de jornada completa.** Es preveu que es cobreixi un acte de jornada sencera de 10h a 19h, que pot ser en cap de setmana. La Direcció de Promoció de Ciutat facilitarà prèviament un *briefing* per realitzar el reportatge indicant què es necessari fotografiar. Se sol·licitarà l'entrega d'una selecció de materials sense retocar en el mateix dia, per a la seva publicació pràcticament in-situ. A banda, s'haurà d'entregar el reportatge complet, d'un mínim de 150 i un màxim de 200 fotos, en els 5 dies hàbils posteriors a la realització de l'acte.



- **Vídeo de producció senzilla de mitja jornada de gravació:** Dins d'aquesta classificació, hi pot haver diversos tipus de vídeos:

- **Vídeo resum d'activitat de mitja jornada.** Gravació d'una activitat de mitja jornada de durada i elaboració de vídeo resum de l'activitat de 120 de durada com a màxim. Pot incloure declaracions de testimonis i grafismes. Un exemple: <https://youtu.be/0Mt5oKK6T3I>

O bé:

- **Vídeos d'entrevistes a testimonis.** Poden ser vídeos amb entrevistes a directius d'empreses que expliquin per què han invertit a Barcelona o persones membres de la comunitat internacional de Barcelona que compartiran els seus testimonis, o bé, experts que donaran consells o informació especialitzada d'interès. Algunes entrevistes es podrien gravar en llengua anglesa o francesa. El promotor passarà un *briefing* amb les preguntes i proveirà els contactes i l'empresa adjudicatària haurà de proposar localitzacions i estil de narració i innovacions. L'edició inclourà grafismes, incrustació de subtítols en tres idiomes i adaptació a format vertical per a xarxes socials. A més, de la peça principal, es gravaran 2 peces específiques de 15" segons per a difusió a xarxes. Poden requerir extres de localització o de producció.

O bé:

- **Vídeos divulgatius** sobre temes pràctics d'interès per al públic objectiu. Vídeos amb un actor/actriu que parli anglès nadiu d'una durada màxima de 120 segons i requeriran retolació i incorporació de grafismes, incrustació de subtítols i adaptació en versió escurçada a format vertical. L'equip promotor passarà *briefing* i guió i l'empresa adjudicatària haurà de buscar la localització i la resta d'elements (vestuari, atrezzo, etc...).
- **Vídeo de producció senzilla d'una jornada completa de gravació:** gravació i vídeo resum d'esdeveniments o actes especials que es porten a terme i que posen en valor la feina que es duu a terme el Promotor. Els actes serien enregistrats en una sola jornada de treball i incorporarien testimonis. Un exemple d'aquests tipus d'activitat és el Barcelona International Community Day, una jornada d'un dia de duració en la que es demana un vídeo resum de 200 " com a màxim on es recull l'ambient, el programa d'activitats, els expositors de la fira, així que testimonis d'assistents i entitats participants. Es passarà *briefing*. Un exemple es pot veure a: <https://youtu.be/LKE5ANCvh6A>
- **Cobertura d'activitat: vídeo i fotos per a xarxes.** Cobertura de fotos i vídeos d'activitats concretes de 2h a 5h màxim de durada. Dins de cada cobertura

d'activitat caldrà realitzar fotografies i clips de vídeo que tindran les següents característiques:

- Clips de vídeo en format vertical. Diversitat de tipus de plans. Clips d'entre 10 i 20 segons sense editar per poder crear-ne reels d'Instagram.
 - Fotografies en format vertical i en format horitzontal sense editar. Màxim 10.
 - El material s'haurà d'enviar a l'equip promotor i a l'empresa proveïdora de gestió de continguts durant l'activitat o bé just al finalitzar per tal de poder publicar-la gairebé simultàniament a les xarxes.
-
- **Vídeos declaracions institucionals: Cobertura d'activitat: vídeo i fotos per a xarxes.** Cobertura de fotos i vídeos d'activitats concretes de 2h a 5h màxim de durada. Gravacions de declaracions de càrrecs municipals o d'altres persones. Són vídeos que requereixen un temps de gravació d'entre 2h i 5h i una edició mínima i seran difosos principalment a les xarxes socials o en actes a l'exterior.
 - **Vídeos editats a partir de material d'arxiu.** Edició de vídeos promocionals d'alguna activitat de l'àrea, d'entre 20'' i 60'', elaborats a partir de material ja gravat propietat de l'equip promotor o provinent de bancs d'imatges a compte de l'empresa adjudicatària que requeriran d'edició, incorporació de grafismes, incrustació de subtítols en 3 idiomes i adaptació a format vertical. El lliurament de la primera versió serà de 5 dies hàbils després de la data de l'encàrrec. Poden requerir extres de locució.
 - **Retoc senzill de postproducció:** retocs d'edició de vídeos ja elaborats o de gravació de webinars que poden incloure retall de minutat, retocs senzills d'edició, incorporació de grafismes o incrustació de subtítols.
 - **Realització en directe multicàmera d'acte de jornada completa + streaming:** Cobertura de vídeo i emissió en directe per *streaming* de les sessions que es realitzin en una de les sales del Barcelona International Community Day durant tota la jornada. Es requeriran dues càmeres i realització en directe amb inclusió de chyrons. A posteriori, caldrà editar l'*streaming* per fer-ne una peça de cada sessió.

Algunes d'aquestes peces, tot i que per temps de gravació i edició entrarien dins d'alguna de les tipologies, poden resultar més costoses a causa de requeriments extres de producció, figuració, actors/actrius, locució, localització. A cada cas, s'aplicaria el cost extra corresponent.

Com a resum de les tasques demanades, es presenta a continuació una taula amb la **previsió inicial** de materials audiovisuals a elaborar anualment, per tipologia i durada, tot i que es tracta d'una simple orientació:



Tipus de peça audiovisual	Unitats	Durada
Reportatge fotogràfic de mitja jornada	6	-
Reportatge fotogràfic de jornada completa	2	-
Vídeo de producció senzilla mitja jornada	11	Màx 120 s.
Vídeo de producció senzilla jornada completa	1	Màx 200 s.
Cobertura d'activitat: vídeo i fotos per a xarxes	3	50 s.
Vídeos declaracions institucionals	2	30-120 s.
Vídeo editat a partir de material d'arxiu	3	20-60 s.
Retoc senzill de postproducció	3	20-60 s.
Realització multicàmera acte jornada completa + emissió en <i>streaming</i>	1	60 min.

El nombre d'unitats de peces audiovisuals recollides en aquesta taula s'ha estimat a partir del Pla d'acció 2023 de la Direcció de Promoció de Ciutat i en base a l'experiència passada. Es tracta d'una planificació i per tant, en la seva execució es pot produir alguna desviació. Així mateix, l'Ajuntament no resta obligat a realitzar la totalitat de les unitats relacionades en aquesta taula, si hi hagués alguna circumstància que canviés les necessitats del servei.

4.2 Requeriments addicionals

Per les fotografies:

- **Formats de lliurament de les fotografies:** JPG, en alta definició (qualitat per impressió) i en baixa (qualitat per utilitzar en xarxes). Per als reportatges de més de 150 fotografies es facilitarà un document resum o catàleg amb impressió de totes les imatges en mida petita amb la seva numeració per facilitar la revisió i la seva identificació. En tots els encàrrecs,

caldrà incloure fotografies en format horitzontal (majoritàriament), però també algunes en format vertical.

- **Banc d'imatges:** l'empresa adjudicatària haurà de facilitar l'accés a les imatges produïdes, compartit amb la Direcció de Promoció de Ciutat, que pugui servir per altres projectes audiovisuals.

Pels vídeos:

- L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de les següents tasques:
 - Planificació i coordinació
 - Guió tècnic/gràfic
 - Rodatge o gravació
 - Desplaçaments (quan calgui, dins de l'àrea metropolitana de Barcelona)
 - Lloguer de material
 - Edició de subtítols (fins a tres llengües)
 - Animació i *motion graphics* (si s'escau)
 - Muntatge
 - Edició de color, de so, música i efectes
 - Altres tasques complementàries per a la realització de la peça, com la conversió a diferents formats o la gestió de drets d'autor i d'imatges.
- **Formats de lliurament:** els vídeos es lliuraran en format MP4 i caldrà garantir que la gravació es farà en HD, amb un equip de darrera generació (càmera DSRL), incorporant els accessoris necessaris, tant d'àudio com de llum, per tal de lliurar un producte acord amb la imatge i els valors de l'Ajuntament de Barcelona. Generalment, caldrà lliurar cada peça en format horitzontal (16x9) i en format vertical (9x16) per a Instagram.
- **Terminis de lliurament:** caldrà lliurar la primera proposta de muntatge dels vídeos en un termini màxim de 5 dies hàbils a partir de la data de la darrera filmació que s'hagi dut a terme per a la correcta elaboració del vídeo. Aquest lliurament per part de l'empresa adjudicatària no serà considerat mai el definitiu, en tant que caldrà incorporar aquells canvis que es considerin necessaris per a que la qualitat del producte final sigui òptima.
- **Metodologia:** Abans de donar un vídeo per tancat, es faran les correccions que es considerin necessàries per tal de garantir que el vídeo es correspon amb les necessitats de l'Ajuntament de Barcelona. Aquestes correccions seran facilitades per la Direcció de Promoció de Ciutat.
- **Guió:** L'empresa adjudicatària elaborarà els guions dels vídeos que en precisin d'un. Aquests guions seran consensuats amb la Direcció de Promoció de Ciutat, qui donarà l'aprovació definitiva dels mateixos.
- **Idioma i traduccions:** els vídeos sempre tindran un idioma principal (habitualment anglès o espanyol). L'empresa adjudicatària haurà de crear sempre un arxiu .srt amb la transcripció

del vídeo, en l'idioma original del mateix. L'Ajuntament s'encarregarà de les traduccions dels textos que requereixin traducció, així com de la traducció dels arxius .srt de subtitulació.

- **Música:** els vídeos incorporaran música de fons, que estarà lliure de qualsevol dret.
- **Drets d'imatge:** els vídeos / fotos també incorporaran testimonis de persones, a les quals caldrà demanar per escrit el permís per difondre la seva imatge i el seu testimoni en aquest vídeo o en qualsevol altre producte de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona. La Direcció de Promoció de Ciutat proporcionarà els documents de permís en 3 idiomes (català, espanyol i anglès).
- **Disseny gràfic i caretes:** tots els vídeos seguiran la imatge corporativa de l'Ajuntament de Barcelona en aspectes essencials com mosques, tancament i similars. L'empresa adjudicatària tindrà llibertat per oferir propostes de millora d'altres elements gràfics.

4.3 Requeriments tècnics

L'empresa adjudicatària, a l'hora de realitzar els serveis objecte del present lot de l'encàrrec, haurà de tenir en compte els següents aspectes:

- **Drets d'imatge:** per als vídeos o reportatges fotogràfics que incorporin persones, caldrà demanar per escrit el permís per difondre la seva imatge i el seu testimoni als canals de comunicació municipals. La Direcció de Promoció de Ciutat facilitarà els documents de permís en 3 idiomes (català, espanyol i anglès).
- **Propietat intel·lectual:** Els continguts seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona. No es podrà fer difusió de tot o part dels continguts sense el consentiment per escrit de l'Ajuntament de Barcelona.
- **Cedir tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal,** per a tots els formats i mitjans. El preu de compra / realització de totes les fotografies o il·lustracions estarà inclòs al pressupost.
- **Recursos tècnics:** l'empresa ha d'aportar el material necessari per dur a terme la producció audiovisual de les peces descrites, incloses càmeres, micròfons, sales d'edició i muntatge amb el programari i maquinari adequats, etc.
- **Aplicar la identitat gràfica corporativa i els manuals temàtics** de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui. La normativa gràfica municipal, així com els logotips, estan disponibles des de l'enllaç següent: <http://www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica/> *Cal consultar el manual número 5 referent a l'aplicació de la signatura institucional a elements de comunicació.

- **Tenir en compte criteris d'accessibilitat** en la creació i producció dels materials de comunicació. Accessibilitat per a persones sordes oralistes als productes audiovisuals: subtitulació als vídeos. I accessibilitat dels continguts per a persones grans o amb problemes de memòria o comprensió: textos amb lectura fàcil a tots els productes.
- **Tenir disponibilitat horària:** Per assolir les feines d'aquest plec es considera que l'empresa haurà de tenir disponibilitat de dilluns a divendres de 9h a les 19h. Es demana flexibilitat en aquest horari habitual per tal de cobrir puntualment actes rellevants que poden tenir lloc a la tarda. De forma excepcional, s'haurà de cobrir una jornada a l'any durant el cap de setmana: la fira Barcelona International Community Day, que s'organitza en dissabte (normalment el 3r dissabte del mes d'octubre) en horari de 10h a 19h.
- **Tenir disponibilitat de desplaçaments per fer les gravacions o reportatges fotogràfics dins de l'àrea metropolitana de Barcelona.** Tot i que la majoria dels reportatges i gravacions es faran a la ciutat de Barcelona, alguna d'aquestes tasques es poden realitzar en poblacions dins de l'àrea metropolitana. El cost dels desplaçaments seran a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- **Treball en equip i de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors de serveis** que puguin tenir la Direcció de Serveis Publicitaris i la Direcció de Promoció de Ciutat, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so, etc.

4.4 Equip tècnic necessari

L'empresa ha de garantir en tot moment l'equip humà necessari per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic. Per cobrir aquestes necessitats són necessàries 3 posicions:

- **Cap de projecte i coordinador/a de continguts:**
 - Serà la persona responsable de la coordinació i la planificació, dirigirà la producció de cada rodatge o reportatge, prepararà els equips necessaris i coordinarà totes les tasques. Quan sigui necessari crearà un guió o *briefing*. Serà l'interlocutor i facilitarà el lliurament de les peces en els formats acordats.
 - Haurà de tenir una titulació universitària en l'àmbit del periodisme, publicitat, comunicació audiovisual, multimèdia o cinema.
- **Fotògraf/a, càmera o vídeo-periodista :**
 - Serà la persona responsable de realitzar els reportatges o gravacions de materials audiovisuals, sota les indicacions del cap de projecte. S'encarregarà tant dels shootings com de l'edició de fotos.
 - Haurà de tenir una titulació universitària en l'àmbit audiovisual, arts escèniques, cinema, comunicació, periodisme o publicitat o formació en fotografia professional (equivalent a un grau mig o superior).

- **Muntador/a:** Serà la persona responsable de crear peces audiovisuals a través del muntatge d'imatges i altres elements multimèdia aplicant els estils i llenguatges gràfics adequats per adaptar-se als hàbits de consum digitals en els diferents canals, sota la direcció del cap de projecte.
Les funcions del perfil de muntador podran ser assumides per qualsevol dels altres dos perfils.

En cas que per alguna causa justificada s'hagi de substituir una persona de l'equip de treball, es farà per una persona amb la mateixa formació i experiència que s'indica, o en el seu cas, de la que l'empresa licitadora hagi ofertat.

3. PERÍODE I LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI

La durada del contracte és de 12 mesos, prorrogable per 24 mesos més.

El lloc de prestació dels serveis serà les instal·lacions de l'empresa o empreses adjudicatàries, i on el servei requereixi, normalment dins de la ciutat de Barcelona i sempre dins de la seva àrea metropolitana. Les dietes i les despeses de desplaçament aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

Les reunions periòdiques de planificació i seguiment que es realitzaran preferentment a les oficines de la Direcció de Promoció de Ciutat o a través de mitjans telemàtics.