

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE REDACCIÓ I EXECUCIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ, CREACIÓ DE PÀGINA WEB I NOVA APP, I EL SUBMINISTRAMENT DE DIFERENT MATERIAL IMPRÈS I DE MARXANDATGE, PER A LA PROMOCIÓ, DIFUSIÓ I CAMPANYES DE CAPTACIÓ DE PÚBLIC POTENCIAL PEL NOU MUSEU DEL TREBALL I LA INDÚSTRIA VIVA (MTIV) A SANTA PERPÈTUA DE MOGODA”

1. JUSTIFICACIÓ DEL CONTRACTE

2. DEFINICIÓ

3. DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

Lot 1

1. Pla de comunicació
2. Realització d'un reportatge fotogràfic
3. Realització de vídeos promocionals
4. Execució d'accions específiques

Lot 2

1. Creació d'una nova pàgina web
2. Creació d'una nova APP Android i IOS

Lot 3

1. Producció i impressió d'una publicacions del museu
2. Producció i impressió de material de difusió del museu
3. Producció d'elements de marxandatge

4. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES

- 4.1 Qualitat del servei
- 4.2 Lloc i prestació del servei
- 4.3 Entrega dels treballs
- 4.4 Propietat intel·lectual dels treballs objecte del contracte
- 4.5 Coordinació entre l'Ajuntament i el contractista

5. PLA D'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

1. JUSTIFICACIÓ DEL CONTRACTE

El 5 de març de 2023 va obrir les portes el Museu del Treball i la Indústria Viva de Santa Perpètua de Mogoda (MTIV). Per a la promoció, difusió i per a al realització de campanyes de captació de públic potencial d'aquest nou Museu i servei cultural i educatiu del municipi cal la contractació d'un seguit d'accions comunicatives que són les que es recullen en aquest plec, a través de diferents lots.

El nou Museu, seguint la legislació sectorial vigent, desenvoluparà tasques de difusió, documentació i conservació de la col·lecció i béns culturals locals a través de l'obertura de la nova seu principal i les seves seus radials, així com la implementació d'una programació cultural i turística, i de la gestió de les col·leccions i espais patrimonials del municipi.

El MTIV és una actuació inclosa dins de l'operació "Projecte turístic industrial del Vapor Aranyó + Centre d'indústria viva", cofinançada (en un 50% sobre la despesa total elegible) pel FONS FEDER de Catalunya 2014-2020, Eix 6, d'acord amb l'Ordre GAH/45/2016, de 7 de març, per la qual s'aproven les seves bases reguladores (DOGC n°7078, de 14/03/2016), i gestionat per la DGAL del Departament de Governació, Administracions Públiques i Habitatge de la Generalitat de Catalunya.

2. DEFINICIÓ

L'objecte del contracte és la prestació de serveis de difusió i promoció com ara la realització i execució d'un Pla de Comunicació i altres accions específiques, la creació d'una nova pàgina web i una APP per al MTIV, i el subministrament de diferents material imprès i de marxandatge del Museu.

3. DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

Les especificacions tècniques que s'hi estableixen tenen consideració d'exigències mínimes i no exclouen qualsevol altra actuació necessària per al compliment de la finalitat del servei.

Els licitadors podran presentar oferta a tots els lots, no hi ha limitació per a la presentació d'oferta per lots, garantint-se la màxima concurrència en la licitació. Tampoc hi ha limitació en el nombre de lots que poden ser adjudicats a un mateix licitador.

S'estableixen tres lots diferenciats:

Lot 1

1. Pla de comunicació

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar un Pla de comunicació i publicitat per a la posada en marxa del nou Museu del Treball i la Indústria Viva de Santa Perpètua (MTIV). El servei del MTIV amb el suport del servei de Comunicació de seran els referents de l'empresa adjudicatària i els hi correspondrà a ells supervisar l'execució i posar-ho en marxa.

L'empresa haurà de realitzar el Pla de comunicació responnent als següents objectius i continguts:

- Donar a conèixer a la població de Santa Perpètua i al territori català el nou Museu del Treball i la Indústria Viva (MTIV).
- Aconseguir posicionar la imatge del MTIV dotant-la de reputació social, prestigi i arrelament local.
- Afavorir al màxim la divulgació i el coneixement públic d'aquest projecte.

- El Pla de comunicació haurà de recollir i definir estratègies i accions per comunicar què és i què es fa des del MTIV així com donar a conèixer les seves instal·lacions, fons i catàleg de serveis.
- Establir els passos que cal donar per complir els objectius plantejats i calendaritzar les accions proposades.
- Proposar mecanismes de valoració de les accions plantejades i realitzades en el marc del Pla de comunicació.
- Definir com ha de ser la publicitat exterior, l'entorn digital i les xarxes socials del MTIV per aconseguir els objectius establerts.
- Durada, calendari i execució del Pla de comunicació.

2. Realització d'un reportatge fotogràfic

La realització d'un reportatge fotogràfic servirà per nodrir els diferents elements de comunicació a realitzar en aquest mateix lot, així com les elements de comunicació del Lot 2 (pàgina web i APP).

Reportatge fotogràfic de mínim 100 imatges:

- Espais exteriors del museu; Sala d'exposicions permanent; Seus radials (Santiga i Granja Soldevila); Peces de la col·lecció...
- Activitats organitzades pel museu amb públic
- Imatges activitat industrial a SPM

3. Realització de vídeos promocionals

El servei consisteix a la realització de diferents vídeos i materials multimèdia vinculats al MTIV i als seus serveis i activitats.

El material audiovisual servirà per la difusió i promoció del MTIV i de la seva activitat a través dels canals disponibles del propi museu i de l'Ajuntament de Santa Perpètua. Així mateix, els treballs es podran fer servir de cara a la promoció del MTIV a d'altres canals de comunicació que consideri la Direcció del MTIV i l'Ajuntament de Santa Perpètua.

Els treballs resultants passaran a formar part de l'arxiu audiovisual del MTIV i de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

4. Execució d'accions específiques

Aquestes accions específiques són:

- A. Execució d'una campanya de promoció orientada a descobrir els nous espais del MTIV.
- B. Concepte creatiu, creació i disseny dels elements de difusió del MTIV.
- C. Disseny i maquetació d'una publicació entorn la història del VAPOR.
- D. Disseny de quatre elements de marxandatge proposats seguint les línies del Pla de comunicació.
- E. Creació de les xarxes socials del MTIV, d'acord amb el Pla de comunicació.
- F. Proposta de vestuari corporatiu per a l'equip d'atenció al públic i educació del museu.
- G. Disseny i maquetació d'una publicació de difusió de la ciutat.

Lot 2

Aquest lot inclou la realització dels diversos serveis:

1. Creació d'una nova pàgina web

Aquesta web acollirà tota la informació bàsica del museu, així com la informació pràctica per a poder-lo visitar. L'Ajuntament de SPM facilitarà el domini d'aquesta.

La web inclourà la possibilitat de realitzar les compres d'entrades o altres serveis via telemàtica.

Així mateix, aquest servei inclou:

1. Manteniment i ús de la web
2. Pla SEO
3. Suport i formació al personal tècnic del MTIV

2. Creació d'una nova APP Android i iOS

La APP del Museu del Treball i la Indústria Viva (MTIV) recollirà les seues de l'equipament, així com els elements patrimonials més significatius del municipi. Aquests elements patrimonials estaran identificats per l'ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

La nova APP recollirà la informació d'aquest elements, així com la proposta d'itineraris a realitzat per la localitat.

Lot 3

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar els següents serveis:

1. Producció i impressió d'una publicació
2. Producció i impressió de material de difusió
3. Producció d'elements de marxandatge

4. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES

Les obligacions específiques de lots per a les empreses contractistes són:

LOT 1

1. Pla de comunicació

L'objecte és el desenvolupament, redacció i execució del Pla de comunicació del MTIV. Aquest inclou les següents accions:

1. Redacció del Pla de comunicació
 - 1.1. Posicionament i valor del nou museu en el seu entorn local i global
 - 1.2. Destinataris de la comunicació: qui, com, perquè i per a què
Públic potencial / Públic objectiu / Públic captiu / Col·laboradors
2. Anàlisi global de l'entorn i de la institució
 - 2.1. Definició de posicionament de la marca
3. Definició de l'estratègia de comunicació del Museu.

- 3.1. Anàlisi del conjunt del projecte de comunicació (definició de les línies estratègiques i objectius generals) i determinació dels objectius específics.
- 3.2. Disseny de conceptes i missatges associats a cadascun dels públics objectius i identificació dels canals més efectius per a cadascun dels segments, així com les accions idònies en cada cas per fidelitzar els públics —en especial els públics locals— i per desenvolupar-los i promoure la seva participació. Caldrà aplicar el principi d'igualtat entre dones i homes, utilitzant un llenguatge inclusiu i contribuint amb la comunicació a trencar els estereotips de gènere. Els materials han de mostrar:
 - Valor afegit del Projecte (museu)
 - Imatge corporativa
 - Missatge clar i llenguatge entenedor
 - Imatges adequades
- 3.3. Proposta d'accions (cursos, actes, jornades, concursos...) i d'aliances amb altres actors (empreses, mitjans de comunicació, associacions, etc.), per reforçar la proposta de valor del Museu i enfortir la relació amb diferents sectors.
4. Estratègia digital del Museu.

Aplicar el pla de comunicació i màrqueting a les xarxes socials, d'acord amb l'equip de treball de l'ajuntament.

Proposta de creació de xarxes socials.

Pla de continguts de la nova web del museu.
5. Proposta i descripció dels canals de comunicació a emprar.
 - 5.1. Personalitzats
 - 5.2. Massius
 - 5.3. Entorn virtual: Web, xarxes social, impresos, publicitat, etc.
 - 5.4. Entorn presencial: Mupis, banderoles, transport urbà, etc.
6. Coneixement intern del pla de comunicació.
 - 6.1. Cultura d'equip de treball. Manual de bones pràctiques.
 - 6.2. Formació de treballadors per a la gestió de les eines i els processos.
 - 6.3. Llibre d'estil per facilitar la continuïtat de la línia comunicativa elaborada.
7. Criteris per avaluar les accions comunicatives a desenvolupar. Elaboració d'una pauta per avaluar les accions futures.

Avaluació immediata i dels dos propers anys.
8. Calendari d'execució del Pla d'accions

Planificació en el temps de cadascuna de les accions suggerides en el pla presentades en forma de cronograma tenint en compte la durada del contracte i els dos propers anys.
9. Pressupost de realització i producció dels diferents elements de comunicació i difusió proposats al Pla de comunicació pels 2 propers anys.

2. Realització d'un reportatge fotogràfic

Aquest reportatge fotogràfic, de mínim 100 imatges ha d'incloure:

- Realització de cinc reportatges fotogràfics del Museu del Treball i la Indústria Viva (MTIV) sota les temàtiques:
 - Fons arqueològic/patrimonial del MTIV;
 - Exposició permanent del MTIV
 - Instal·lacions del MTIV i seus radials
 - Història de l'edifici del Vapor; Memòria històrica.
 - Evolució del treball a Santa Perpètua.
- Cobertura fotogràfica dels elements patrimonials i naturals més significatius del municipi.
- Realització de fotografies de la vida productiva del municipi, indústries i sector terciari.

Els treballs es realitzaran en col·laboració del MTIV i el Servei de Comunicació que especificarà a l'adjudicatari les especificacions concretes de cada reportatge.

L'Ajuntament de Santa Perpètua serà propietari de les fotografies que seran utilitzades per la difusió i promoció del Museu pels diferents mitjans i canals de comunicació.

L'adjudicatari/ària haurà de posar a disposició del compliment del contracte: vehicle, càmeres fotogràfiques i dispositius auxiliars. Totes les despeses inherents a aquests conceptes, així com els consums de mòbils, internet, etc., aniran a càrrec de l'adjudicatari.

Igualtat i propietat intel·lectual: L'adjudicatari/ària es compromet a realitzar un tractament igualitari entre homes i dones en les imatges i a no realitzar fotografies sexistes ni androcèntriques.

També es compromet a complir estrictament amb la legislació relativa a la protecció dels drets de la infància, el dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge de les persones i tota aquella normativa i reglamentació relacionada.

L'empresa serà responsable de la gestió de la cessió de tots els drets que siguin necessaris per a cadascuna de les fotografies.

L'adjudicatari/ària és qui ostenta la responsabilitat en cas del no compliment d'aquestes normatives, quedant l'Ajuntament indemne de qualsevol responsabilitat.

Així mateix, l'adjudicatari/ària ha de garantir que els treballs i serveis prestats a l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, objecte del contracte, no infringeixen ni vulnereu els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altres drets legals o contractuals de tercers, quedant l'Ajuntament indemne de qualsevol responsabilitat.

3. Realització de vídeos promocionals

Realització i producció de material audiovisual de presentació del MTIV per explicar què és el MTIV, quins són els seus valors i els espais que inclou el Museu (Vapor, la Granja i Santiga). El treball es realitzarà amb la col·laboració del MTIV i la Unitat de Comunicació que especificarà a l'adjudicatari les especificacions concretes de l'audiovisual.

Tasques a realitzar per l'empresa adjudicatària:

Producció

- Coordinació amb la Unitat de Comunicació
- Coordinació de data de rodatge i necessitats
- Guió vídeo
- Pla de rodatge
- Gestió de drets d'imatge si s'escau

Rodatge

- Localització d'espais de rodatge al MTIV
- Material tècnic de vídeo i so
- Equip tècnic
- Atrezzo en cas de ser necessari
- Enregistrament de so
- Fotografies del rodatge

Edició

- Muntatge dels audiovisuals i els teasers corresponents
- Grafismes textuais
- Cartelles dels audiovisuals
- Subtitulació en català
- Fotografies RAW

Postproducció

- Retoc de color
- Masterització de so
- Disseny i edició de grafismes
- Adequació de formats segons els canals

Tots els treballs audiovisuals hauran d'incorporar un teaser, adaptacions del vídeo en diferents clips per la difusió a xarxes socials i el material gràfic necessari per a la difusió de cada vídeo concret.

L'adjudicatari/ària haurà de posar a disposició del compliment del contracte: vehicle, material de gravació i so i dispositius auxiliars. Totes les despeses inherents a aquests conceptes, així com els consums de mòbils, internet, etc., aniran a càrrec de l'adjudicatari.

Característiques d'aquest audiovisual:

Imatge gràfica. L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció. *Annex 1. Manual de Marca MTIV*

Música. S'ha de preveure la possibilitat de fer ús de músiques de fons, tant de llibreria com composta ad hoc. En tot cas, les músiques que es facin servir tindran la cessió de drets d'ús.

Idiomes, subtitulació i correccions. La llengua vehicular serà el català. Es presentaran dos audiovisuals. Un sense subtítols i, un segon amb els subtítols en castellà.

Equip tècnic: L'empresa adjudicatària haurà de fer servir les últimes tècniques de gravació i edició de vídeo per tal que el material tingui una qualitat òptima, fent servir estabilitzadors, trípodos, monopeus, il·luminació, objectius diferenciats, micròfons adients, drons, programes de retoc de color, programes de retoc d'àudio i altre tipus de material tècnic en el cas que es necessiti.

Còpies de seguretat: L'empresa adjudicatària ha de disposar d'un sistema de seguretat del material editat.

Igualtat i propietat intel·lectual: L'adjudicatari/ària es compromet a realitzar un tractament igualitari entre homes i dones en les imatges i a no realitzar fotografies sexistes ni androcèntriques.

També es compromet a complir estrictament amb la legislació relativa a la protecció dels drets de la infància, el dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge de les persones i tota aquella normativa i reglamentació relacionada.

L'empresa serà responsable de la gestió de la cessió de tots els drets que siguin necessaris, tant pel que fa a les persones que apareixen als audiovisuals com les localitzacions o altres que siguin necessàries.

L'adjudicatari/ària és qui ostenta la responsabilitat en cas del no compliment d'aquestes normatives, quedant l'Ajuntament indemne de qualsevol responsabilitat.

Així mateix, l'adjudicatari/ària ha de garantir que els treballs i serveis prestats a l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, objecte del contracte, no infringeixen ni vulnereu els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altres drets legals o contractuals de tercers, quedant l'Ajuntament indemne de qualsevol responsabilitat.

4.Execució d'accions específiques

A. Execució de la campanya de promoció orientada a descobrir els nous espais del MTIV:

- Elaboració de l'estratègia de comunicació i del pla d'accions d'acord amb el Pla de comunicació validat anteriorment per l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.
- Execució d'una campanya de promoció.
- Organitzar visites professionals i de premsa dins de l'estratègia de comunicació del nou museu. (Fam trips i Press-trip), en funció el Pla de comunicació del museu.

B. Concepte creatiu, creació i disseny d'elements de difusió del MTIV.

- Realitzar el material gràfic de difusió del nou MTIV. Inclou el disseny, la conceptualització, la reacció dels textos, la maquetació, la digitalització de les imatges i l'entrega dels treballs en suport informàtic. Aquests elements de difusió seran:
 - Flyer en format fulletó
 - Tríptic (A4)
 - Material didàctic per les escoles / catàleg d'activitats

Inclou el disseny i maquetació per a la seva impressió i difusió online. Aplicacions digitals i adaptacions per a xarxes socials

- Disseny de 4 lones exteriors per a senyalitzar els espais exteriors del Vapor.
- Disseny de 4 lones d'una torreta vertical (mides de cada lona 140*406 cm)
- Disseny i proposta de maquetació del material corporatiu i papereria
- Disseny de 2 roll ups per a utilitzar a fires i/o en actes interns.
 - Versió museu
 - Versió programa Indústria Viva

L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció.

C. Disseny i maquetació d'una publicació entorn la història del VAPOR.

L'Ajuntament de Santa Perpètua presentarà el text editat amb un màxim de 5.000 paraules, així com algunes de les imatges i dibuixos per il·lustrar aquesta publicació.

L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció.

D. Disseny de quatre elements de marxandatge proposats seguint les línies del Pla de comunicació.

Seguint la imatge de marca del MTIV i, sota les línies estratègiques determinades al Pla de comunicació es crearan 4 elements de marxandatge nous per a realitzar la promoció i difusió del nou equipament.

L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents

dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció.

E. Creació de les xarxes socials del MTIV, d'acord amb el Pla de comunicació.

La prestació d'aquest servei consisteix a la creació, gestió i dinamització social de les xarxes socials del MTIV (Instagram, Twitter i Youtube) sota el perfil @MTIV i amb la finalitat de generar una comunitat creixent, dinàmica i fidel, per afavoreixi la notorietat, interacció i bona reputació del Museu. Aquestes xarxes seran aprovades prèviament al Pla de comunicació.

L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar un document amb l'estratègia de les xarxes socials del @MTIV i crear un protocol que inclogui l'estil, la gestió, la participació i el protocol de crisi de les xarxes (estratègia de hashtags (#), periodicitat, formats de publicacions, posts als diferents canals, idiomes utilitzats...)

L'empresa haurà d'endegar eines digitals la planificació, gestió de continguts, creació i publicacions programades i també de mesura i comparació de campanyes realitzades. També haurà d'editar, mantenir i actualitzar el calendari editorial de tots els perfils socials amb l'eina establerta amb un mes de previsió.

L'empresa haurà de redactar i planificar les publicacions dels perfils @MTIV i cercar material gràfic i audiovisual de qualitat per la posterior creació i adaptacions de les publicacions per tal de dinamitzar les xarxes socials. El Servei de Comunicació i MTIV també aportarà material gràfic de campanyes, activitats, fons patrimonial i arquitectònic del MTIV.

La dinamització i creació de continguts ha d'incloure les funcionalitats disponibles per cada xarxa com ara stories, filtres, reels, vídeos live, imatges posts, shop i les que puguin anar sorgint. Tanmateix cal que l'empresa s'encarregui de revisar la política de perfils seguits a les diferents xarxes socials i de la gestió de la seva actualització.

Elaboració de propostes innovadores per tal de dinamitzar els diferents canals socials de @MTIV que afavoreixin una millora en els resultats i estar al dia de l'actualitat en l'àmbit de les xarxes socials, blogs, fòrums i monitoritzacions de canals rellevants per als interessos del MTIV.

Avaluació i seguiment dels resultats dels canals socials del Museu mitjançant la creació d'una plantilla d'informes mensuals de seguiment.

L'empresa adjudicatària ha de tenir la capacitat de retransmetre en directe possibles activitats organitzades pel MTIV.

F. Proposta de vestuari corporatiu per a l'equip d'atenció al públic i educació del museu.

Creació de la part superior del vestuari de l'equip d'atenció al públic i educadors, samarreta o polo, tant d'estiu com d'hivern amb la marca del MTIV i de l'Ajuntament de Santa perpètua de Mogoda.

Aquest serà aprovat prèviament per la Direcció del museu i el cap de comunicació de l'Ajuntament de Santa perpètua de Mogoda.

Aquest vestuari inclou la versió d'estiu i la d'hivern, tant masculina com femenina.

G. Disseny i maquetació d'una publicació de difusió de la ciutat. Inclou el disseny i maquetació per a la seva impressió i difusió online. Aplicacions digitals i adaptacions per a xarxes socials

L'empresa adjudicatària es compromet a que els dissenys presentats així com les imatges i grafismes utilitzats siguin originals i inèdits i no infringeixen ni vulnerin els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altres drets legals o contractuals de tercers, quedant l'Ajuntament indemne de qualsevol responsabilitat.

L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció.

LOT 2

1.Creació d'una nova pàgina WEB

L'empresa adjudicatària es compromet a realitzar el desenvolupament del projecte:

- Creació i definició dels equips de treball
- Definició de les fases del projecte
- Cronograma detallat

En relació al disseny gràfic, l'adjudicatari ha de realitzar les tasques següents:

a) Demostració pràctica de la interfície gràfica d'usuari (GUI), basada en la funcionalitat, simplicitat, experiència per a l'usuari i detall: arquitectura de la informació i direcció d'art (planificació, usabilitat i disseny gràfic), amb usabilitat i navegabilitat òptima.

b) Creació i aplicació d'una proposta de disseny adaptada a la imatge corporativa del MTIV establerta pel departament de mitjans de comunicació del propi ajuntament.

Annex 1. Manual de Marca MTIV

Formats. Aquesta pàgina web ha d'estar en els dos formats:

- a. Disseny de la pàgina web versió escriptori.
- b. Disseny de la pàgina web versió mòbil.

Característiques tècniques i funcionals de la web a desenvolupar

Amb la finalitat de donar a conèixer el Museu del Treball i la Indústria Viva de Santa Perpètua de Mogoda, l'adjudicatari ha d'assumir la creació de la nova web que inclou la realització de les següents tasques, com a característiques tècniques de la web a desenvolupar:

- a) Programació del gestor de continguts. La web ha d'estar desenvolupada per un sistema de continguts que permeti fer un manteniment intern des del mateix Ajuntament, sense necessitat de coneixements informàtics avançats. Aquest sistema potser CMS wordpress o Drupal.
- b) Desenvolupament i configuració inicial.
- c) Instal·lació en servidor extern, no de clients: indicar l'arquitectura proposada per a un rendiment òptim. Manteniment tècnic d'aquesta.
- d) Programació de versions i adaptació de disseny responsive, on el disseny s'ha d'adaptar a tots els tipus de dispositius: escriptori (desktop), tauletes i mòbils.
- e) Optimització per als principals cercadors d'Internet. La web s'ha de visualitzar correctament en tots els navegadors: Chrome, Microsoft Edge, Firefox, Safari, Internet Explorer i Opera. Incloent la darrera versió i fins a dues versions anteriors.
- f) Accessibilitat:
 - Ha de complir amb un nivell d'accessibilitat com a mínim "Doble A" d'acord amb la normativa WAI AA (Web Accessibility Initiative), amb la llei WCAG versió 2.0 i EUGDPR Compliant.
 - Els criteris d'accessibilitat han de complir amb les recomanacions del Pla MUSA realitzat per la Xarxa territorial de Museus de les comarques de Girona amb el suport de la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Girona. La PÀGINA WEB disposarà d'un menú d'accessibilitat amb, com a mínim, les següents opcions:
 - Text: Modificació de mida i font. La mida del text s'ha de poder ajustar sense necessitat d'ajudes tècniques externes fins a un 200%, sense perdre contingut o funcionalitat, excepte en subtítols i imatges de text
 - Filtres de color: Colors per defecte, escala de grisos i colors invertits.
 - Zoom: Possibilitat d'ampliació de la mida de la web de forma proporcional fins al 200%.
 - Animació: Per defecte o desactivar.

- Informació sobre l'accessibilitat del museu per a persones amb diversitat funcional (aparcament, serveis del museu,...).

g) La web ha de permetre la integració i la interacció amb les principals xarxes socials (Instagram, Twitter, Facebook i Youtube) i totes les que es considerin convenientes i adaptades als propòsits del projecte.

En relació a les xarxes socials, la PÀGINA WEB permetrà:

- La PÀGINA WEB incorporarà elements de valoració i rànquing de continguts.
- El licitador afegirà components que permetin compartir els continguts de la PÀGINA WEB a les xarxes socials (com a mínim a: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn i YouTube).
- La PÀGINA WEB ha de facilitar, com a mínim en les URL, l'etiquetatge per a campanyes i mitjans per al correcte mesurament en Analítica Web.
- S'utilitzaran components subministrats per les plataformes concretes (Twitter, YouTube, etc.) que permeten la distribució dels continguts publicats a les pròpies xarxes socials (per exemple: el contingut amb els últims posts al Twitter o el visor de vídeos de YouTube).

h) Sistema d'usuaris amb permisos per administrar un o més grups de pàgines.

i) Pàgines de contingut estàtic.

j) Elements i mòduls a incloure en el programari: galeria multimèdia, banners, sliders (a la pàgina d'inici o als llocs o pestanyes que es considerin adients per temporades, i amb enllaços a les altres pàgines d'experiències, etc.), avisos/pop ups, icones, mapes, prova desafiament-resposta captcha, formats de text TinyMCE, importacions/integracions externes, Web Service APP.

k) La nova web ha de contemplar els següents requisits fonamentals:

- Fàcil navegació i ús:
 - La web ha de tenir navegabilitat senzilla i intuïtiva, facilitat de desplaçament per tots els continguts de la web sense perdre la visió general de tot el que s'hi pot veure, ser dinàmica, agradable i entretinguda i ha de complir les normes d'accessibilitat bàsiques.
- Disseny modern, agradable i proper:
 - Ha de comptar amb un disseny exclusiu i identitari del projecte.
 - Ha d'incloure el logotip oficial del MTIV
- Continguts i imatges atractives.

l) La web ha de tenir, entre altres:

- Sistema multilingüe, on el català serà l'idioma preferent. Cal publicar tots els continguts en diversos idiomes: com a mínim en català i castellà i, si així ho ofereix l'adjudicatari, als altres idiomes que hagi ofert (anglès, francès i alemany).
- Formulari de contacte i d'accessibilitat.
- Secció de notícies i de novetats/actualitat.
- Agenda d'activitats. Calendari d'esdeveniments (visual i de fàcil actualització).
- Butlletí associat a la web, dissenyat i amb una plantilla editable per a la seva programació periòdica i amb estadística de retorns RSS.
- Incloure els enllaços cap a la pàgina web: staperpetua.cat
- Cercador d'informació: Opció de fer cerques flexibles i exhaustives en tot el portal (incloent continguts estàtics i dinàmics). Les recerques explotaran la informació proporcionada per l'etiquetatge i la classificació de continguts (sistema de taxonomies i facetes), així com els camps de text més freqüents (títol, resum, vista general, etc.).
- Versió per imprimir: Opció de generar una versió en format d'impressió de la informació de cada element individual de contingut.

m) Instal·lació de sistema d'anàlisi de visites.

n) Configuració del Google Analytics per a la recollida i anàlisi de les estadístiques rebudes. Aquesta configuració ha de ser fàcil d'utilitzar i ha de permetre una recuperació àgil de les dades estadístiques.

o) A totes les pàgines del portal web hi ha d'aparèixer els logotips oficials bàsics: MTIV, Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, així com el del programa FEDER –Fons Europeu de Desenvolupament Regional- i altres logotips a determinar en cada moment en funció de les activitats, esdeveniments i xarxes associades.

p) Inclusió al lloc web, de tots els avisos legals, llegendes de protecció de dades i requeriments per al compliment de la legalitat vigent, que seran redactats per l'adjudicatari.

q) Continguts de la web:

- En els diferents apartats de la PÀGINA WEB s'hi han de poder incrustar hipervincles i arxius (en format miniatura i amb opció de visualitzar) diferents tipus d'arxiu: imatges, vídeos o documents PDF (slide).
- En els marges de la PÀGINA WEB, i de forma fixa (independentment de l'apartat en què es trobi l'usuari/ària) hi hauran d'aparèixer:
 - Logotip del MTIV (que redirigeixi a la pàgina d'inici).
 - Dades de contacte i xarxes socials del MTIV.

r) Estructura de la web:

En base a les propostes de disseny fetes per l'adjudicatari, s'acceptaran modificacions i reestructuracions del contingut que apareix a continuació, amb la finalitat d'optimitzar i facilitar l'experiència de la persona usuària de la pàgina Web.

s) La pàgina web ha de funcionar sota un domini facilitat per l'ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda (mtiv.cat).

u) Característiques generals de la pàgina Web:

- i. El web ha de ser fàcilment exportable per tal de poder migrar a un nou hospedatge, en cas de ser necessari.
- ii. Per facilitar la difusió i l'accés a la informació, la PÀGINA WEB permetrà:
 1. Sindicació de continguts: Opció de subscripció via ATOM / RSS a elements de continguts, facilitant-ne la coneixença d'actualitzacions i el seguiment.
 2. El licitador haurà d'habilitar un mecanisme de presència per a les opcions seleccionades a nivell navegador (cookies/galeta) o fins i tot perfil d'usuari (si s'inicia sessió), de manera que es puguin aplicar automàticament cada vegada que l'usuari accedeixi a la pàgina web. El funcionament de recollida de cookies ha d'estar sotmès a la normativa vigent en cada moment.

Creació de continguts de textos i materials comunicatius.

De forma global es demana a l'adjudicatari dissenyar i redactar tots els textos complets i editar els continguts que han d'integrar el contingut bàsic i complet del nou web. A nivell global, ha d'oferir tots els continguts que es detallen a continuació. L'empresa adjudicatària és la responsable de l'edició dels textos finals, a partir de la informació que facilitarà l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

Aquests textos han de seguir els criteris i estils marcats i definits en el Pla de comunicació (LOT 1)

a) Continguts del portal web:

- Redacció i revisió dels textos. Aquesta compren la creació dels textos, les Arts finals, la posterior validació per part del client i la introducció dels canvis proposats per aquest.
- Adaptació dels textos als diferents espais web (hiperenllaços i tot el necessari per al posicionament de totes les pàgines amb el millor SEO) o d'altres.
- Adaptació dels diferents continguts, inclosos els gràfics i audiovisuals, al portal Web.

b) Publicació dels continguts a la web mínim en dos idiomes: català (preferent), i castellà, així com la resta d'idiomes que s'hagin ofert.

c) Correcció ortogràfica i gramatical de tots els textos i en tots els idiomes.

d) Redacció de tots els textos i en tots els idiomes amb l'ús de llenguatge no sexista. L'adjudicatari ha de crear el disseny gràfic que ha de completar el contingut dels textos anteriors, amb els formats òptims adequats als diferents mitjans de visualització i difusió (escriptori i mòbil).

1. Manteniment i ús de la web

L'empresa adjudicatària es compromet a realitzar el manteniment d'aquesta nova web.

Les tasques a realitzar són els tests i implementació al servidor.

- Proves
- Comprovació del missatge de galetes i el nivell d'accessibilitat
- Certificat SSL (Secure Socket Layer) - Certificat SSL gratuït i autorenovable (LetsEncrypt)
- Posada a producció amb el canvi d'entorn demo i domini a producció.

2. Pla SEO

Instal·lació d'extensió per al posicionament SEO: La web cal confeccionar-la tenint cura d'obtenir un bon posicionament en els cercadors, disposant d'eines que facilitin la indexació i el seu posicionament.

- URL amb una estructura que afavoreixi la indexació per cercadors.
- Generació d'un mapa de contingut en format sitemap.xml o similar, per reportar als cercadors de l'estructura del lloc.
- L'estructura HTML seguirà la metodologia de marcat semàntic d'HTML5, amb una correcta utilització d'etiquetes (section, article, h1, h2, aside, navigation, header, footer, etc.)
- Totes les pàgines inclouran una navegació de molles de pa, que a més de ser útil per a la persona usuària, incloguin el marcat necessari per afavorir la seva classificació pels motors de cerca.
- Aquelles estructures de dades que ho permetin es definiran amb un marcat de schema.org, per tal de facilitar la seva referència directa en cercadors.

Google Trends. L'adjudicatari ha de lliurar un document que serveixi com a eina de treball amb els llistats de paraules claus (mínim 60 paraules, referides al món del treball, activitats educatives i patrimoni de Santa Perpètua i d'Indústria Viva,...) i descripcions per a millorar el posicionament SEO.

3. Suport i formació al personal tècnic del MTIV

El contracte inclou una bossa de 20 hores a consumir durant la durada del contracte per, un cop lliurat el producte final, dur a terme tasques de suport tècnic.

La formació al personal tècnic es concreta en 20 hores de formació i documentació per a les persones assignades al desenvolupament del projecte per a l'ús de la web i la gestió dels seus continguts (com ara la inserció de continguts i imatges a les diferents pàgines i seccions de la web), entre altres:

- Formació del personal tècnic i administradors
- Formació sobre newsletter
- Formació sobre Agenda
- Formació sobre SEO
- Documentació associada (manuals, etc...)

2. Creació d'una APP

L'empresa adjudicatària ha de desenvolupar una nova APP, per a la difusió i promoció del nou museu, així com els elements patrimonials del municipi. Aquesta APP també mostrarà les empreses vinculades al programa Indústria Viva.

Les característiques generals d'aquesta nova APP han de ser:

- Aplicació mòbil nativa: per a sistemes Android i iOS
- Compatibilitat amb diferents dispositius: compatible a les diferents mides de pantalla, resolucions i versions tant d'Android com iOS.
- Accés al codi: un cop finalitzat el projecte el codi ha de ser lliurat a l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

Característiques específiques d'aquesta nova APP:

- Disseny a mida: adaptat a la identitat visual que estableixi l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda
- Integració a la plataforma web: accés al backend (gestor de continguts) per entrada, modificació o actualització dels elements.
- Integració: amb la plataforma Google maps
- Fitxa d'element d'interès: camps: galeria d'imatges, nom, text destacat, text descriptiu, mapa, vídeo, categoria i etiquetes.
- Cerca d'elements: per llistat, per mapa, filtres per: paraula clau, proximitat, categoria i etiquetes.
- Llistat d'itineraris: marcats sobre el mapa

Els continguts d'aquesta nova APP han de ser aprovats per la persona responsable del contracte.

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar les següents tasques:

- Redacció i revisió dels textos. Aquesta compren la creació dels textos, en base al material proporcionat pel Museu del Treball i la Indústria Viva, les Arts finals, la posterior validació per part de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i la posterior introducció dels canvis proposats per aquest.
- Publicació dels continguts a la web mínim en dos idiomes: català (preferent), i castellà, així com la resta d'idiomes que s'hagin ofert.
- Correcció ortogràfica i gramatical de tots els textos i en tots els idiomes.
- Redacció de tots els textos i en tots els idiomes amb l'ús de llenguatge no sexista.

Aquests textos han de seguir els criteris i estils marcats en el Pla de comunicació, determinat en el (LOT 1) d'aquesta licitació.

L'Ajuntament de Santa Perpètua realitzarà el seguiment i validació prèvia de tots aquests continguts.

Disseny gràfic: L'adjudicatari ha de crear el disseny gràfic que ha de completar el contingut dels textos anteriors, amb els formats òptims adequats als diferents mitjans de visualització i difusió (escriptori i mòbil). Aquest disseny gràfic seguirà l'estil comunicatiu i gràfic marcat en el Pla de comunicació (LOT 1), així com la imatge de marca del Museu del Treball i la Indústria Viva. *Annex 1*

Lot 3

1.Producció i impressió d'una publicacions del museu

El material d'aquesta publicació serà entregat per l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, després que l'adjudicatari del LOT 1 entregui la maquetació final.

Aquesta publicació ha de tenir les següents característiques tècniques:

Mides: A5 32 pàgines
Color: doble cara Tintes a 4+0
Acabat: portada brillo 250 gr i 170 gr interior del paper
Unitats: 500

2.Producció i impressió de material de difusió del museu

El material d'aquesta publicació serà entregat per l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda, després que l'adjudicatari del LOT 1 entregui la maquetació final.

Aquest material de difusió per a la promoció del MTIV inclou els següents elements:

- Flyer format targetó

Mides: 21x9,9cm
Color: doble cara
Acabat: estucat brillo/mat de 135 gr
Unitats: 30.000 unitats

-Tríptic (A4)

Mides : A4
Color: doble cara
Acabat: estucat brillo/mat de 135 gr
Unitats: 30.000 unitats

-Producció lones exteriors

Mides: 200x70cm
Color: una cara 4+4
Acabat: beina superior i inferior

Unitats: 4 unitat

-Producció lones de la torreta

Mides: 140x406 cm de 750 gr

Color: una cara a 4+0 tintes

Acabat: impresa digital a una cara amb laterals a sang i beines dalt i baix

Unitats: 4 unitats

- Producció roll ups

Mides: una unitat mida 150x200cm i dos unitats 85x200cm

Color: 4+0 tintes

Unitats: 3 unitats

- Producció material de papereria corporativa.

Mides, colors i unitats: a definir en el Pla de comunicació (Lot 1), exemples: targetes corporatives, paper de sobretaula i carpetes.

3.Producció d'elements de marxandatge

Producció dels elements de marxandatge així com la producció de polos corporatius, amb la imatge gràfica del MTIV impresa a la part davantera.

La producció dels elements de marxandatge inclouran una peça de roba (estil Totebag) i una ampolla serigrafiada amb imatges antigues propietat del Museu del Treball i la Indústria Viva. Els altres dos productes s'han de determinar en el Pla de comunicació a realitzar en el Lot 1 d'aquest concurs.

Unitats: En funció dels elements seleccionats pel Pla de comunicació, però amb un màxim de 200 unitats per producte; amb un màxim de quatre productes.

4.1. QUALITAT DEL SERVEI

Dins del LOT 1 es marquen uns criteris de qualitat en la realització dels serveis a complir per l'empresa adjudicatària:

2. Realització d'un reportatge fotogràfic

L'adjudicatari/ària haurà de garantir la qualitat tècnica de les imatges, amb la resolució adient per a cadascuna de les tasques encomanades.

Les imatges de les fotografies hauran de tenir una qualitat òptima, enfocament correcte, bona exposició, il·luminació, contrast, equilibri cromàtic, resolució, composició...i podrien requerir de postproducció per part del/ de la fotògraf/a. Les fotografies hauran d'ésser realitzades en format vertical i horitzontal.

La direcció del MTIV i el Servei de Comunicació es reserven el dret a demanar una repetició del reportatge, quan sigui possible, si consideren que no assoleix la qualitat tècnica o artística requerida o bé si no representa correctament l'activitat.

En cas de no poder repetir-se el reportatge, la direcció del MTIV i el Servei de Comunicació es reserven el dret a descomptar-ho del còmput d'activitats a cobrir i a sancionar econòmicament l'adjudicatari/ària.

3. Realització de vídeos promocionals

Les peces audiovisuals hauran d'estar adaptades a la web del MTIV, les xarxes socials del MTIV i institucionals de l'Ajuntament (Instagram, Twitter i Facebook) i qualsevol altre format que pugui especificar l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

L'Ajuntament de Santa Perpètua serà propietari de tots els treballs que seran utilitzats per la difusió i promoció del Museu pels diferents mitjans i canals de comunicació. La Direcció del MTIV i el Servei de Comunicació comunicaran amb antelació la data i lloc de la realització dels audiovisuals, així com aspectes a tenir presents a l'hora de realitzar els treballs. Els encàrrecs es comunicaran telefònicament o mitjançant correu electrònic.

4. Execució d'accions específiques

Els treballs presentats hauran de complir les característiques tècniques i creatives exigides i complir els objectius encomanats pel Servei de Comunicació i el MTIV.

El disseny gràfic i les seves diferents aplicacions presentades hauran de ser professionals, creatius i respondre als objectius comunicatius acordats. Caldrà que estiguin dissenys utilitzant el programari professional més adient a cada petició.

L'Ajuntament de Santa Perpètua es reserva el dret a demanar una repetició del treball, en els terminis establerts en el lliurament del servei, si considera que no assoleix la qualitat tècnica o gràfica requerida o bé si no representa correctament la intencionalitat demanada.

4.2. LLOC I PRESTACIÓ DEL SERVEI

LOT 1

El servei es prestarà a les instal·lacions de l'adjudicatari. L'empresa adjudicatària haurà de disposar de tot el programari necessari per a la realització del servei així com de tots els recursos tècnics per poder materialitzar els treballs.

2. Realització d'un reportatge fotogràfic

El lloc habitual de prestació del servei objecte del contracte serà el Museu del Treball i la Indústria Viva i les seves seus radials i el municipi de Santa Perpètua de Mogoda. Excepcionalment i per necessitat degudament justificada del MTIV i el Servei de Comunicació, l'adjudicatari haurà de desplaçar-se fora del municipi de Santa Perpètua. Serien casos justificats la participació del MTIV a fires.

3. Realització de vídeos promocionals

La gravació dels audiovisuals es durà a terme en espais interns o externs del MTIV i/o a d'altres espais del municipi de Santa Perpètua de Mogoda, si s'escau. L'empresa adjudicatària s'encarregarà de concertar els dies i els horaris dels rodatges,

així com assumir el cost de la gestió dels permisos de les localitzacions necessaris per enregistrar les imatges i d'altres si fossin necessaris, segons les sessions planificades. Tots els desplaçaments aniran a càrrec de l'empresa contractista. El Consistori facilitarà els permisos de les localitzacions municipals, en cas necessari.

LOT 2 i LOT 3

El servei es prestarà a les instal·lacions de l'adjudicatari. L'empresa adjudicatària haurà de disposar de tot el programari necessari per a la realització del servei així com de tots els recursos tècnics per poder materialitzar els treballs.

4.3. LLIURAMENT DELS TREBALLS

LOT 1

1. Pla de comunicació

S'entregarà la versió final en format PDF i word.

2. Realització d'un reportatge fotogràfic

Els reportatges fotogràfics s'han de fer arribar al MTIV en un format digital (JPG o TIFF) mitjançant correu electrònic, descàrrega a través d'USB o mitjançant transferència digital de dades amb un servei d'emmagatzemament al núvol (dropbox, wetransfer o similar sense pèrdues), emmagatzemades en una carpeta (amb la nomenclatura AAMDD (data de l'activitat)_descripció de l'activitat_nom del fotògraf/a) que haurà de contenir dues versions de cada fotografia:

1.- Una versió en alta resolució amb una qualitat mínima de 4256 x 2832 píxels (Alta qualitat, relació de compressió 1:4, perfil de color AdobeRGB incrustat). Es tractaria d'una qualitat òptima per imprimir.

2.- Una versió amb una qualitat més reduïda de 2048 x 1363 píxels (màxim 500 Kb. de mida d'arxiu en disc, amb perfil de color sRGB) per ser vista al web del MTIV i suficient per ser penjada als webs corporatius, xarxes socials del MTIV i xarxes socials municipals (Facebook i Twitter de l'Ajuntament de Santa Perpètua i Twitter i Instagram de l'Informatiu, el butlletí quinzenal de l'Ajuntament).

L'adjudicatari/ària ha de comprovar de manera fefaent que els arxius s'han rebut correctament.

Els arxius fotogràfics contindran les metadades tècniques i descriptives que incorpori la càmera en cada fotografia, així com títol, autoria i data. També es contempla la possibilitat de peticions en format RAW, en casos puntuals.

3. Realització de vídeos promocionals

L'empresa contractista haurà de lliurar, com a mínim, dos vídeos:

- 1 audiovisual genèric, amb els formats mov i mp4, amb pistes de subtitulació per separat.
- 1 audiovisual dels serveis del MTIV, amb els formats mov i mp4, amb pistes de subtitulació per separat.

Així com les aplicacions gràfiques digitals de cada audiovisual a les diferents xarxes socials de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i dels mitjans de comunicació municipal. La Unitat de Comunicació detallarà exactament les necessitats i les mides.

Els audiovisuals resultants tindran la qualitat tècnica necessària per als diferents canals de distribució, des de les xarxes socials fins a la projecció en cinema Full

HD, i resolució 4 K. Pel que fa a les fotografies, es lliuraran en alta i en baixa resolució i en qualsevol dels formats d'imatge utilitzats habitualment (JPEG, TIFF, etc.).

L'empresa adjudicatària serà responsable de lliurar els audiovisuals, fotografies, arxius sonors, els teasers, els anuncis i les aplicacions gràfiques digitals en el format, extensió i condicions convingudes en els brífings i en els terminis fixats d'acord amb els calendaris proposats i aprovats en els plans de treball amb la Unitat de Comunicació i la Direcció del MTIV a l'inici de l'execució de les prestacions. Així com tota la documentació acreditativa de la cessió dels drets que siguin necessaris per a la difusió d'aquests audiovisuals per part de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

Tots els treballs requeriran l'aprovació prèvia per part de la Unitat de Comunicació. L'empresa adjudicatària haurà de lliurar tot el material abans detallat de forma telemàtica i ha de comprovar de manera fefaent que els arxius s'han rebut correctament. L'empresa adjudicatària té l'obligació de no difondre, sense permís previ, el material audiovisual relacionat amb el projecte en cap tipus de suport.

L'empresa adjudicatària aplicarà a tots els treballs el logo del MTIV d'acord amb el manual de marca, l'escut municipal també d'acord amb el manual d'identitat gràfica de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda i els logos corresponents dels Fons europeus FEDER d'acord amb el manual de marca d'aquesta subvenció.

La Direcció del MTIV i la Unitat de Comunicació no acceptarà el material encarregat, en cas que l'empresa adjudicatària no compleixi els requisits especificats en l'encàrrec o no assoleixi la qualitat tècnica necessària.

4.Execució d'accions específiques

Accions B, C, D, F, G. L'adjudicatari haurà de lliurar els dissenys originals així com el material de treball utilitzat en suport editable i mostrarà habitualment els treballs dissenyats per mitjà de correu electrònic. El format d'entrega serà en obert en tots els serveis.

Aquest lliurament es realitzarà al responsable de l'Ajuntament de Santa Perpètua, així com a l'empresa adjudicatària del LOT 3, per tal de què realitzi la seva producció.

Acció A i E. Es pactarà amb l'empresa adjudicatària la forma d'entrega, en funció de les accions aprovades en el Pla de comunicació (Lot 1)

LOT 2

L'empresa adjudicatària farà lliurament de la documentació i codi font de tots els desenvolupaments realitzats, lliuraments que hauran de ser validats i aprovats per part del responsable del projecte per part de l'Ajuntament de Santa Perpètua.

La documentació es lliurarà en suport electrònic i en un format estàndard, com ara Adobe Acrobat, per facilitar la seva evolució, i haurà d'incloure com a mínim els següents documents:

- Document de requeriments i anàlisi funcional

- Document de disseny i arquitectura
- Manual tècnic de desplegament i administració
- Manual d'usuari

LOT 3

Tot el material s'entregarà a les dependències del Museu del Treball i al Indústria Viva (MTIV) de Santa Perpètua de Mogoda.

4.4 Propietat intel·lectual dels treballs objecte del contracte

Els adjudicataris del LOT 1 i el LOT 2, i el seu personal, cedeixen a l'Ajuntament de Santa Perpètua, en exclusiva, els drets d'ús i explotació dels treballs realitzats en el marc del contracte de forma indefinida, en aplicació de l'article 308.1 de la LCSP (Llei de contractes del sector públic).

Aquesta cessió comporta:

1. L'Ajuntament, sense necessitat de demanar permís al contractista és lliure de: - copiar, reproduir, distribuir i comunicar públicament l'obra per a usos amb o sense ànim de lucre, per la finalitat de l'encàrrec o per a d'altres, en qualsevol modalitat existent i en suports electrònics o offline.
 - Poder transformar, emmagatzemar, reenquadrar en suports magnètics, transmetre i mesclar amb altres imatges d'altres autors.
 - Cedir a favor de tercers el material gràfic o audiovisual per a usos amb o sense ànim de lucre.
2. L'adjudicatari respon de l'autoria i originalitat des treballs.
3. L'adjudicatari no podrà utilitzar la pàgina web o APP (LOT 2) per a usos comercials, sense la prèvia autorització de l'Ajuntament de Santa Perpètua.
4. L'Ajuntament de Santa Perpètua no es compromet a acceptar el material encarregat, en cas que l'adjudicatari no compleixi amb els requisits específics en l'encàrrec.
5. Els drets d'explotació de la propietat intel·lectual, en especial dels drets de reproducció, distribució i la seva comunicació pública, en qualsevol suport, mitjà i format, seran en exclusiva de l'Ajuntament de Santa Perpètua.
6. L'adjudicatari assumirà que els drets econòmics en concepte de drets d'autor del programari, estan inclosos en el preu de l'adjudicació (LOT 2).

4.5 Coordinació entre l'Ajuntament i els contractistes

L'empresa o empreses adjudicatàries, per dur a terme la prestació dels serveis sol·licitats, ha de seguir la metodologia de treball següent, en relació a la coordinació del servei:

- Coordinació i seguiment de tots les tasques encarregades.
- Interlocució amb els referent de l'Ajuntament de Santa Perpètua de Mogoda.

- Garantir el compliment dels calendaris presentats i aprovats.
- Caldrà que l'empresa adjudicatària porti el seguiment del projecte i tasques a realitzar i elabori un calendari on quedin reflectides totes les fases del projecte.
- La persona coordinadora -interlocutora del servei que porti l'empresa- ha de decidir els integrants que participaran en el desenvolupament de cadascun dels projectes i definir el rol que han de desenvolupar.
- Es faran reunions de treball tant per definir el projecte com per fer-ne el seguiment.

5. PLA D'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

LOT 1, LOT 2 i LOT 3

Tots els serveis estipulats en aquestes pliques hauran de realitzar-se abans del 31 de desembre de 2023.