

PLEC PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PARTICULARS PER A L'ADJUDICACIÓ DELS SERVEIS D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA PER A LA COORDINACIÓ, CREACIÓ I GESTIÓ DE CONTINGUTS I MANTENIMENT DELS CANALS DE COMUNICACIÓ DIGITALS ADREÇATS A LA COMUNITAT INTERNACIONAL DE BARCELONA

Contingut

1. CONTEXT	2
1.1 L'estratègia de la promoció internacional de Barcelona	2
1.3 El talent internacional: peça fonamental per a l'economia i societat de Barcelona	2
1.4 Atracció, acollida, dinamització i fidelització del talent internacional	3
1.5 Públic objectiu	4
1.6 Canals de comunicació existents.....	5
1.8 Objectius de comunicació	6
2. OBJECTE DEL CONTRACTE.....	8
2.1 Tasques.....	8
2.2 Requeriments tècnics.....	10
2.3 Equip tècnic necessari	12
ANNEX 1: MODEL DE BUTLLETÍ ONLINE Barcelona International Welcome	14

1. CONTEXT

1.1 L'estratègia de la promoció internacional de Barcelona

La **missió** de la **promoció econòmica internacional d'un territori** és el conjunt d'accions dutes a terme per **impulsar les relacions econòmiques amb l'exterior** amb la intenció de dinamitzar l'economia local i atraure activitat econòmica que **generi prosperitat, riquesa i ocupació**.

Perquè la promoció econòmica internacional sigui exitosa ha d'estar alineada amb el **model de ciutat** al que s'aspira, segons les prioritats determinades democràticament pels seus habitants. Ha de seguir uns **valors** que estan en consonància amb l'essència mateixa de la ciutat. En el cas de Barcelona, la promoció econòmica internacional preten **contribuir a la creació de riquesa i prosperitat que beneficiï al conjunt de la ciutadania de Barcelona**, ja siguin barcelonins i barcelonines de naixement o d'adopció, i no deixi marginat cap barri o territori urbà. Valors com la **sostenibilitat ambiental, la inclusió i la justícia social, la diversificació productiva i la competitivitat** han d'estar presents en el disseny de les accions de la promoció econòmica internacional de Barcelona.

Les línies d'actuació de la **Direcció de Promoció de Ciutat** són:

- Impulsar la reputació i el posicionament internacional de Barcelona.
- Promocionar l'economia i els sectors econòmics i captar activitat econòmica estrangera.
- Millorar la connectivitat intercontinental de l'aeroport de Barcelona.
- Atraure, acollir, dinamitzar i fidelitzar la comunitat internacional establerta a la ciutat.
- Facilitar, acompanyar i *after-care* dels projectes d'inversió i de negocis a la ciutat.

1.3 El talent internacional: peça fonamental per a l'economia i societat de Barcelona

El talent, entès com aquelles persones altament qualificades, amb habilitats, competències i experiència, és la peça clau de les economies actuals basades en el coneixement.

Les ciutats i les organitzacions capdavanteres requereixen disposar de talent per garantir el seu progrés. Quan es fa promoció econòmica i es capta inversions i activitats econòmiques tenim l'arribada de persones d'altres països que venen a la ciutat a obrir una filial, crear una empresa, etc. Aquestes persones són les que materialitzen i impulsen els projectes d'inversions i algunes es queden a viure a la ciutat.

La ciutat també 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.

1.4 Atracció, acollida, dinamització i fidelització del talent internacional

Tenim un pla integral 360º per al talent internacional que:

- cobreix els diferents perfils que componen el talent internacional,
- es desenvolupa al llarg de tot l'any,
- inclou un ventall ampli de diferents tipus d'activitats i serveis

Des de la Direcció de Promoció de la Ciutat es duen a terme un seguit d'accions perquè Barcelona sigui una ciutat referent pel talent internacional. Cal una estratègia pensada que incorpori diferents fases que es retroalimentin:

- **Atracció:** cal explicar les oportunitats que ofereix la ciutat al talent internacional, aportar informació de qualitat que incideixi en la decisió de les persones que busquen el lloc ideal per portar a terme els seus projectes professionals o de negocis.
- **Acollida:** és vital facilitar l'aterratge i els primers passos quan el talent arriba a Barcelona, amb la realització dels tràmits inicials i per cobrir les necessitats més prioritàries
- **Dinamització:** un cop el talent ja està establert, cal que tinguin una oferta d'activitats per poder aprofitar i desenvolupar tot el seu potencial a la nostra ciutat, i es connectin amb els locals i es creïn sinergies i impactes positius.
- **Fidelització:** cal que el talent internacional s'arregli a la nostra ciutat i es converteixin en barcelonins/es orgullosos/es de la seva nova ciutat d'adopció. Només d'aquesta manera podran promocionar i atraure nou talent.

Algunes d'aquestes accions són:

- **Fires i accions d'atracció de talent internacional**

L'objectiu és **atreure talent internacional a la ciutat**, enfocat a: persones emprenedores, estudiants, professionals altament qualificats, inversors, investigadors, etc. Per això s'identifica fires especialitzades (Forum Expat, Going Global, etc.) o es munten accions ad hoc per tal de promocionar Barcelona i donar informació pràctica per explicar els seus atractius i oferta de ciutat, així com els serveis per facilitar el seu aterratge personal, o per crear empreses o impulsar una activitat econòmica o inversió. També es fan accions específiques per captar talent internacional de perfil tecnològic de la mà de l'aliança de ciutat **Barcelona Digital Talent (BDT)** de la qual en formem part.

- **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. Fins i tot l'any 2020, en què no es va poder celebrar en el seu format presencial degut a la pandèmia de la covid-19, es va reinventar el format per convertir-se en la Barcelona Expat Week, una setmana dedicada a *workshops*, tallers, xerrades i taules rodones en format virtual. Els dos anys posteriors, 2021 i 2022, la fira es va tornar a celebrar en el seu format original i presencial i així se seguirà fent en els propers anys, amb una especial atenció a l'edició de 2023, en què se celebrarà el desè aniversari.

- **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. L'agenda d'actes s'adreça de forma segmentada als **diferents grups** que formen la comunitat internacional de Barcelona i tenen **3 finalitats**: benvinguda, aterratge i posada al dia; coneixement de la realitat i les oportunitats econòmiques; i fidelització i arrelament. N'hi ha de diferents formats: conferències, sessions informatives (en format càpsules, afterworks o Business breakfast), tallers pràctics, activitats de *networking*, sessions de benvinguda o "first steps", tours guiats, trobades amb directius o professionals estrangers, cursos, etc. Tota l'oferta d'activitats s'ajusta i s'enfoca al segment destinatari i cobreix els temes que els interessin i preocupin. El format de les activitats pot ser presencial o en línia, segons el tipus d'activitat i el públic a qui va dirigida.

1.5 Públic objectiu

El públic objectiu és la comunitat internacional establerta a l'àrea de Barcelona, amb especial atenció en els públics compresos dins de la Llei 14/2013, de Suport als Emprenedors i la seva internacionalització, com les **persones investigadores, directives, professionals, inversores i emprenedores amb projectes d'activitat econòmica**. Es a dir, aquelles persones que decideixen venir a Barcelona a desenvolupar el seu projecte professional, de negoci, inversió o de recerca.

També són 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.
- Multiplicadors, prescriptors i agents de ciutat (*stakeholders*) que poden ser còmplices en l'estratègia de millorar de la reputació de Barcelona.
- Empreses i organitzacions amb equips multiculturals establertes a l'àrea de Barcelona.
- Estudiants, personal de recerca i investigació, i professionals 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.



1.6 Canals de comunicació existents

WEB

- **Barcelona International Welcome (BIW)-** www.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. El web s'estructura de la següent manera:

- **QUÈ NECESSITES:** secció amb informació pràctica sobre temes com educació, habitatge, serveis, sanitat, transports, treball... Està dividida en blocs temàtics.
- **TRÀMITS:** secció que aglutina en un únic espai l'accés a un gran nombre de tràmits útils per les persones nouvingudes. La secció s'organitza en grups de tràmits i procediments per temàtiques, amb especial èmfasi en els tràmits d'immigració. En molts casos redirigeix a la font del tràmit. El manteniment d'aquest apartat a nivell de continguts el fa una empresa externa especialitzada.
- **ACTIVITATS:** calendari d'activitats organitzades des de l'Ajuntament de Barcelona i rellevants per a la comunitat internacional. Cursos, xerrades, trobades...
- **COMUNITAT:** aquest és l'apartat on hi ha publicat (de juny a novembre aprox) el web (microsite) del Barcelona International Community Day de l'edició en curs. La resta de mesos, funcionacom a repositori de totes les edicions anteriors del BICD i anuncia la data de la propera edició.
- **ACTUALITAT I RECURSOS:** secció que conté tres subseccions:
 - **NOTÍCIES:** pàgina on es publiquen notícies rellevants per a la comunitat internacional que viu a Barcelona. Es nodreix de notícies que s'importen d'altres webs municipals, principalment del portal InfoBarcelona, i de la publicació de notícies originals de creació pròpia). Existeix la possibilitat de crear noves notícies o d'importar (i exportar) notícies que ja es publiquen a d'altres webs municipals.
 - **DOCUMENTATACIÓ:** repositori de fulletons, guies, llibres i tot tipus de documents d'utilitat.
 - **WELCOME PACK:** versió digital de tota la documentació (fulletons, guies, descomptes,...) que compona el paquet de benvinguda que es lliura també en format físic a l'oficina.
- **WELCOME DESK:** portal del servei d'atenció personalitzada al talent internacional on s'explica què és el servei, a qui es dirigeix, quin tipus d'atenció s'hi ofereix i des d'on s'accedeix al formulari per demanar cita prèvia.

BUTLLETINS

- **Butlletí mensual del Barcelona International Welcome**

Butlletí mensual en anglès dirigit a les persones membres de la Comunitat Internacional que viu i treballa a Barcelona. Tenim una plantilla generada amb una eina de comunicacions electròniques contractada per l'Ajuntament. La subscripció al butlletí es pot fer a través del web BIW, amb el compliment del formulari corresponent. La base de dades també es nodreix de les persones que s'inscriuen al Barcelona International Community Day i trien l'opció de subscriure's al butlletí de Barcelona International Welcome. Els objectius comunicatius del butlletí són els de difondre informacions sobre la ciutat rellevants per al públic objectiu, informar de les activitats pròpies que organitza Promoció de Ciutat dirigides al talent internacional i fomentar-ne les inscripcions i generar tràfic i seguidors als altres canals de Barcelona International Welcome (web i xarxes socials). El butlletí està estructurat en els següents blocs:

- Notícia principal
- Bloc doble de notícies secundàries
- Bloc d'activitats pròpies (Don't miss out!)

- Bloc d'agenda de ciutat (Our picks)
- Bloc de consell o informació destacada (Monthly tip)

(Per més detalls, veure ANNEX 1)

- **Butlletí per comunicacions puntuals**

Butlletins puntuals que permeten fer anuncis d'activitats o informar sobre diversos temes d'interès als agents de ciutat o altres destinataris dels contactes de la Direcció de Promoció de Ciutat. A l'eina de gestió dels butlletins també hi ha una plantilla més senzilla per fer aquests enviaments. La periodicitat d'aquests enviaments és aproximadament d'un al mes.

XARXES SOCIALS

- **Instagram Barcelona International Welcome** ([@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'interès.

- **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.

1.8 Objectius de comunicació

Objectius de màrqueting i comunicació

- Donar a conèixer el web Barcelona International Welcome perquè es converteixi en el web de referència per a les persones nouvingudes a la ciutat, amb especial focus en:
 - la informació pràctica i recursos necessaris i útils quan s'arriba a viure a la ciutat, posant en valor la secció de tràmits
 - Donar a conèixer l'agenda d'activitats que s'organitzen per a la comunitat internacional
- Donar a conèixer el servei Barcelona International Welcome Desk, que és el servei municipal d'atenció personalitzada al talent internacional.
- Generar una imatge positiva de la ciutat entre el talent internacional que ve a viure a Barcelona perquè es quedi i faci de prescriptors/es a les seves comunitats.
- Compartir els atractius de Barcelona i donar a conèixer les raons per les quals la ciutat és ideal per establir-s'hi.

- Fomentar un senti de comunitat entorn els atractius i valors que fan de Barcelona una ciutat especial i única.
- Posicionar Barcelona com :
 - Una ciutat propera, acollidora, que pensa en les necessitats de les persones que hi viuen.
 - Una ciutat creativa i innovadora, en continua ebullició amb el món i conscient de la realitat del seu entorn.
 - Una ciutat democràtica, oberta i transparent que potencia la participació de la ciutadania en la construcció i definició de les polítiques de la ciutat.
 - Una ciutat solidària i compromesa, conscient dels nous canvis de paradigmes socials emergents arreu del món.

Objectius qualitatius

- **Fidelització (*engagement*)**: augmentar el nombre dels seguidors actuals dels canals amb la generació de continguts rellevants, afins i amb potencialitat de ser compartits per altres persones que actuïn com a prescriptores.
- **Actualitat i agilitat**: Disposar de capacitat de reacció ràpida davant els fets de l'actualitat de la ciutat per incorporar notícies o esdeveniments amb agilitat i solvència que siguin d'interès per al públic objectiu.
- **Proximitat i inclusivitat**: Caldrà adequar l'estil del llenguatge a cada canal (web, xarxes socials) i haurà de ser proper, directe i no formal, tenint sempre en ment el públic objectiu que majoritàriament son persones que han nascut en altres països i que no coneixen totes les nostres tradicions o costums. Per tant, caldrà una aproximació facilitadora, entenedora i acollidora. També haurà de ser un llenguatge inclusiu i no sexista.
- **Segmentació**: millorar la presència a les xarxes i internet dels continguts específics per a cadascun dels perfils que composen el col·lectiu del talent internacional de Barcelona, així com cobrir diferents temàtiques d'interès.
- **Innovació**: actualització i implementació de les noves tendències, tecnologies i eines de difusió relativa al web i a les xarxes socials.

Objectius quantitius:

Incrementar en un mínim d'un 5% durant la durada del contracte:

- Els usuaris i el temps de visualització del web Barcelona International Welcome.
- Les visites a la landing del Barcelona International Welcome Desk
- Els seguidors i les interaccions a les xarxes socials
- Els subscriptors del butlletí de notícies

Canals digitals	Nombre seguidors /membres/visitants (desembre 2020)
Web Barcelona International Welcome	39.806 visitants únics / 1:52 durada mitjana
Instagram	4.843 seguidors
LinkedIn Barcelona International Welcome	3.119 seguidors
Grup de LinkedIn Barcelona International Community	1.011 membres
Butlletí de notícies	11.060 subscriptors



2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte és la realització dels serveis d'assistència tècnica per a la coordinació, gestió i redacció de continguts i manteniment dels canals de comunicació digitals dirigits a la comunitat internacional de Barcelona.

2.1 Tasques

En concret, té per objecte les següents tasques:

- **Elaboració i implementació de l'estratègia de comunicació digital**, en base a una anàlisi de la situació de partida i l'adaptació constant, ja que l'escenari digital canvia ràpidament i és necessari adaptar els continguts, els formats, la freqüència i el tipus de llenguatge per arribar als públics objectius i ser efectius amb els objectius plantejats. En concret es demana:
 - Crear una narrativa digital atractiva i innovadora per generar el màxim impacte comunicatiu.
 - Planificar l'elaboració i la gestió de continguts.
 - Suport estratègic per incentivar la participació, el nombre de seguidors i millorar la qualitat del contingut dels canals de comunicació. L'empresa adjudicatària haurà de fer propostes de millora en estil i llenguatge emprat, propostes de nous formats per xarxes socials (vídeo, imatge i text). I propostes d'accions per augmentar l'*engagement* i la captació de nous/noves seguidors/es.
 - Millorar el grau de segmentació de la comunicació actual, mitjançant accions personalitzades.
 - Identificar webs de referència, *bloggers* especialitzats o noves tendències en relació al talent internacional de Barcelona a la xarxa, i els enllaçar-los amb les eines digitals i xarxes socials de Barcelona International Welcome.
 - Fer aportacions i assessorar sobre noves tendències, eines i tecnologies del mercat i mostrar pro activitat per tractar els continguts d'interès per al talent internacional potenciant-los amb novetats del panorama digital.
 - Atendre consultes, interaccions i preguntes, conjuntament amb la Direcció de Promoció de Ciutat, que arribin a través de les xarxes.
 - Gestionar i reconduir possibles situacions de crisi sobrevingudes a través de les xarxes, web o comunitat virtual.
 - Elaborar informes mensuals d'activitat i seguiment: amb anàlisis qualitatius i quantitatius que incloguin mètriques d'impacte (KPIs) i d'*engagement* a xarxes socials, web, butlletins i breu interpretació qualitativa dels resultats. Al final de l'any, s'enviarà un informe resum anual.
- **Redacció, creació i actualització dels continguts del web del Barcelona International Welcome (BIW)**. Els continguts es prepararan en català i un cop validats seran traduïts als altres idiomes del web (castellà i anglès). En concret es demana:
 - Revisió i actualització de les diferents pàgines de la secció d'informació pràctica per començar a viure a la ciutat, excepte aquelles que són de temàtica tècnica i especialitzada com la relativa als impostos o a la instal·lació d'empreses. Revisió d'una pàgina al mes, segons proposta pròpia o indicacions de l'equip de Promoció de Ciutat.
 - Revisió dels continguts de cada pàgina i proposta de millora tant pel què fa al contingut en sí, com pel què fa a l'estructura de la pàgina, mantenint una coherència amb la resta de la web i aplicant tècniques de SEO.



- Comprovació i esmena, si cal, dels enllaços que no funcionin.
 - Un cop validats i traduïts, càrrega dels continguts actualitzats a l'entorn de producció del web.
 - Creació, s'escau, d'algun apartat nou de la secció, a petició de Promoció de Ciutat.
- Secció Notícies: Redacció d'1 notícia a la setmana, aproximadament, durant tot l'any excepte pels mesos de setembre i octubre, que es pot incrementar per tal d'informar sobre la gran trobada anual de la comunitat Internacional. També caldrà fer el seguiment regular del canal de notícies municipal InfoBarcelona (www.barcelona.cat/infobarcelona) per tal d'incorporar al web les notícies generades per altres àrees que siguin d'interès per al públic objectiu. La secció de notícies del web BIW utilitza el sistema de gestió de continguts municipals per a notícies.
 - Pàgina d'inici del web: Actualització dels apartats "destacats", banners i caixes de la *home*, 2 cops al mes.
- **Millora, creació de continguts i gestió del butlletí mensual "Barcelona International Welcome":**
Caldrà realitzar les següents tasques:
 - Redacció de continguts en anglès. Els continguts seran proposats per l'empresa adjudicatària en base al flux d'informació establert amb la Direcció de Promoció de Ciutat, i aquests seran validats prèvia publicació.
 - Maquetació de cada edició mensual, amb la plantilla existent.
 - Gestió de l'enviament mensual (els dijous de la 3a setmana de cada mes).
 - Seguiment de resultats i propostes de millora.
 - **Redacció i enviament de butlletins puntuals**, referents a activitats, sessions de formació o altres esdeveniments. El format sol ser senzill i constar d'una capçalera, un bloc de text i un enllaç a la inscripció. Es preveu a l'entorn d'1 butlletí puntual al mes.
 - **Creació i publicació de continguts per a xarxes socials.** L'horari de publicació serà preferiblement de 14h a 19h. i en anglès. El volum i periodicitat de les accions a xarxes que a continuació es detalla està subjecte a flexibilitat segons les necessitats de la Direcció de Promoció de ciutat.
 - **Instagram:**
 - 5 publicacions a la setmana amb textos (*copies*) en anglès, que poden incloure tant publicacions al perfil (*feed*), com històries (*stories*) i *reels*.
 - 10 emissions en directe (còmput anual), d'aquelles activitats que es facin per la comunitat internacional que siguin més visuals o que puguin crear més *engagement* a la xarxa.
 - Aquestes publicacions han d'incloure contingut generador d'interacció i, alhora, informatiu. És important treballar la part visual dels continguts, experimentant amb formats originals de vídeo, animació i fotografia.
 - Accions per incrementar la participació.
 - **LinkedIn**
 - 3 publicacions a la setmana en anglès, algunes de les publicacions poden ser reposts de publicacions d'interès.
 - Accions per incrementar la participació.

L'empresa adjudicatària haurà de personalitzar els continguts, fer ús d'etiquetes i *hashtags* i altres recursos que ajudin a posicionar i donar més impacte a les publicacions i farà accions per incrementar la participació convidant a *influencers* a publicar en els nostres comptes. Es podrà fer re-



posts o difusió d'altres continguts que es considerin d'interès per al nostre públic objectiu i caldrà promoure la coproducció i difusió conjunta amb entitats o altres usuaris/es.

- **Producció de material gràfic per a contribuir a la difusió de continguts publicats als canals digitals, en especial a les xarxes socials**
 - 60 peces gràfiques per a la seva publicació en xarxes socials: Poden ser animacions, GIFS o creacions gràfiques dirigides a incentivar la participació en xarxes socials.
 - 12 infografies sobre continguts, dades i/o actes rellevants.
 - Petits retocs d'imatges o adaptacions gràfiques.
 - Selecció de fotografies lliures de drets per a publicacions.
 - La producció d'aquest material dependrà de les necessitats i accions plantejades però cal tenir en compte que cada vegada és més necessari crear productes més elaborats per canals com Instagram. Per això, cal contemplar que de manera fixa es demana una acció a Instagram cada setmana, i que aquesta requereix la presentació prèvia de propostes i la producció de l'escollida. Per exemple una acció pot incloure disseny de creativitats originals, gràfiques i/o audiovisuals; infografies per difondre dades; gravació i edició de vídeos creatius (1 minut aproximadament); adaptació o retoc de visuals.
- **Tasques d'agència de comunicació per a la campanya del Barcelona International Community Day (www.barcelona.cat/internationalcommunityday)**
 - Redacció del dossier de premsa.
 - Planificació i implementació dels continguts per a la campanya orgànica.
 - Redacció dels continguts per als diferents suports del pla de mitjans contractat per l'Ajuntament.
 - Adaptació dels continguts redaccionals als formats que especifiqui cada mitjà de la campanya. (al voltant d'uns 6 formats diferents)
 - Redacció dels continguts push per a xarxes socials.

2.2 Requeriments tècnics

L'empresa adjudicatària a l'hora de realitzar els serveis objecte del present lot de l'encàrrec haurà de:

- **Coordinar-se i treballar en equip**, seguint les eventuais instruccions d'altres departaments municipals que donen suport a la Direcció de Promoció de Ciutat, com la Direcció de Comunicació, d'Internet o de Serveis Publicitaris. Així mateix haurà de treballar en equip i conjuntament amb altres proveïdors de serveis que pugui tenir 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.
- **Seguir la metodologia pactada**: L'empresa adjudicatària haurà de proposar amb antelació suficient la planificació setmanal i la redacció dels continguts per tal que aquests puguin ser validats. A més, haurà de tenir la flexibilitat d'incorporar algun contingut d'última hora quan així ho demani l'equip de Promoció de Ciutat. L'empresa haurà de disposar d'eines de planificació estratègica, de posada en marxa del pla de comunicació i de seguiment de les accions de comunicació, així com de mecanismes o eines de planificació i validació continguts.

- **Utilitzar els sistemes de gestió de continguts propis del web de la Direcció de Promoció de Ciutat** que són Drupal i WordPress, l'eina d'enviament de comunicacions electròniques pròpia de l'Ajuntament i altres eines municipals relacionades. Es facilitaran accessos i formació bàsica si fos necessari.
- **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.
- **Garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació** en tots els idiomes utilitzats: català, castellà i anglès. Tots els textos es redactaran inicialment en català i, un cop validats, es traduiran. Totes les traduccions correran a càrrec de l'empresa adjudicatària. Els textos han de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua. Respecte al castellà, ha de ser una persona llicenciada en Filologia Hispànica o en traducció en aquesta llengua. Pel que fa a l'anglès, s'ha de treballar amb l'anglès britànic, i se n'ha d'ocupar una persona nativa llicenciada en Filologia o traducció en aquesta llengua.
- **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 estaran inclosos al pressupost. Tot el projecte, sistema i continguts desenvolupats per a la realització del servei seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona, Direcció de Promoció de Ciutat. Un cop finalitzada la prestació del servei, l'empresa està obligada a fer el traspàs a aquesta Direcció dels arxius tècnics i creatius, degudament inventariats, per any i projecte. Caldrà fer un traspàs de la gestió de la tasca feta a les persones referents del contracte.
- **Garantir els drets de propietat intel·lectual dels autors de les imatges i les gravacions.** Sempre que sigui possible, serà preferible utilitzar imatges lliures de drets o amb una llicència Creative Commons. Caldrà informar a l'Ajuntament dels drets aplicables a cada imatge per tal que l'equip promotor pugui elaborar l'avís legal que correspongui.
- **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 18h. Es demana flexibilitat en aquest horari habitual per tal de cobrir puntualment (amb una estimació de 2 vegades al trimestre) actes rellevants que poden tenir lloc a la tarda, més enllà de les 18h, o potser algun dissabte, de forma molt extraordinària. 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. L'empresa haurà de tenir disponibilitat per fer reunions de seguiment amb la Direcció de Promoció de Ciutat.
- **L'execució del contracte es realitzarà a les instal·lacions de l'empresa i amb els seus propis mitjans materials**, excepte en els casos puntuals i excepcionals mencionats en el punt anterior, en què caldrà desplaçar-se al lloc de l'activitat per poder-ne fer la cobertura.

- **Protecció de dades:** en 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.
Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació que pugui facilitar la Direcció de Turisme i Indústries Creatives en compliment d'aquest contracte, així com qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació en els seus arxius.
En aquest sentit, i seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors en relació a l'accés a la informació de la Direcció, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.
- **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 autoritzat.

2.3 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 i, en particular, es requereix que el nombre de personal tècnic, integrat o no en l'empresa, participant en l'execució del contracte ha de ser com a mínim de 4 persones, segons els següent perfils professionals:

- **Cap de projecte i estratègia digital:**
 - Serà la persona responsable de la coordinació i la interlocució amb la Direcció de Promoció de Ciutat i altres persones implicades en l'execució del contracte. Crearà l'estratègia de comunicació digital i assessorarà en aquests temes. Farà el seguiment de les accions i el seu impacte i marcarà les línies per a la creació de continguts.
 - Haurà de tenir una titulació o acreditació acadèmica de grau universitari en Comunicació, Publicitat, Periodisme o àrees de coneixement similar i experiència professional mínima de 3 anys en llocs de responsabilitat similar.
- **Redactor/a o periodista digital (*copywriter*):**
 - Serà la persona responsable de preparar i redactar els continguts, pensant en el públic objectiu.
 - Haurà de tenir una titulació o acreditació acadèmica de grau universitari en Comunicació, Publicitat, Periodisme o àrees de coneixement similar i experiència professional mínima de 3 anys en tasques similars.
- **Gestor/a de continguts (*community manager*):**
 - Serà la persona que carregarà els continguts als diferents canals digitals i interactuarà per dinamitzar-los i fomentar la participació de les persones usuàries.
 - Haurà de tenir una titulació de grau universitari en Comunicació, Publicitat, Periodisme o àrees de coneixement similar i experiència professional mínima de 3 anys en tasques similars.

- Haurà de tenir formació complementària o experiència en disseny gràfic amb eines com Canva o Photoshop i que pugui que pugui utilitzar programes de gestió de continguts com blogger o wordpress.
- Així mateix, és convenient que tingui coneixement de posicionament SEO/SEM (Search engine optimization/Search Engine Marketing).

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.

ANNEX 1: MODEL DE BUTLLETÍ ONLINE Barcelona International Welcome

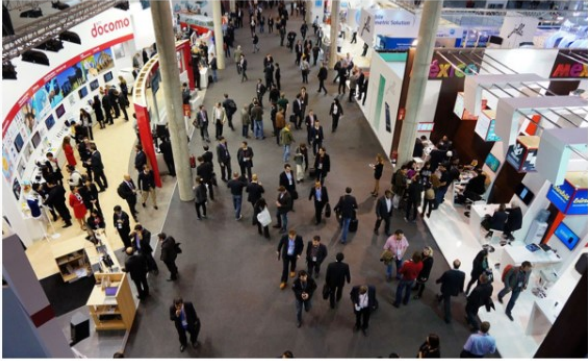
 Ajuntament de Barcelona

[Twitter](#) [LinkedIn](#) [YouTube](#) [Instagram](#)

Barcelona International Welcome

Newsletter for the International Community

Barcelona ready to host international tech events in 2022



Once again, Barcelona is reaffirming itself as a hub of international attraction for meetings related to technology and digital innovation. World-renowned events such as the Mobile World Congress, Integrated Systems Europe (ISE), IoT Solutions World Congress and the Smart City Expo are held in the city.

These events are gateways to new contacts, learning and job opportunities. Learn more about some of the conventions you can't afford to miss in 2022 in Barcelona.

[Read more](#)

In the news



Barcelona ready to host international tech events in 2022

Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu

[Read more](#)

Barcelona ready to host international tech events in 2022

Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu

[Read more](#)

Don't miss out**Choosing a School in Barcelona.**

An informative and matchmaking activity to showcase the educational offer of the city for international families.

When: Thursday, 10 March

Where: MediaTIC building

[Sign up](#)**Choosing a School in Barcelona.**

An informative and matchmaking activity to showcase the educational offer of the city for international families.

When: Thursday, 10 March

Where: MediaTIC building

[Sign up](#)**Choosing a School in Barcelona.**

An informative and matchmaking activity to showcase the educational offer of the city for international families.

When: Thursday, 10 March

Where: MediaTIC building

[Sign up](#)

Our picks**Gaudí exhibition**

MWC2022 and 4YFN gather the connectivity and startup ecosystems to unleash the potential of technology. From 28 February to 3 March 2022 at Fira Gran Via.

Mobile Word Congress

MWC2022 and 4YFN gather the connectivity and startup ecosystems to unleash the potential of technology. From 28 February to 3 March 2022 at Fira Gran Via.

Eurovision Festival Party

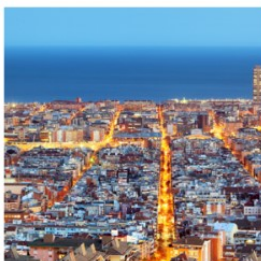
MWC2022 and 4YFN gather the connectivity and startup ecosystems to unleash the potential of technology. From 28 February to 3 March 2022 at Fira Gran Via.

Mobile Word Congress

MWC2022 and 4YFN gather the connectivity and startup ecosystems to unleash the potential of technology. From 28 February to 3 March 2022 at Fira Gran Via.

Eurovision Festival Party

MWC2022 and 4YFN gather the connectivity and startup ecosystems to unleash the potential of technology. From 28 February to 3 March 2022 at Fira Gran Via.

Monthly Tip**Barcelona ready to host international tech events in 2022**

Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor

[Learn more](#)

Follow us:

Instagram



Youtube



Linkedin