

Pliego de prescripciones técnicas para la contratación del servicio de creatividad y producción de campañas de publicidad institucional y materiales de comunicación para la Agència Catalana del Consum (EXP: ACC-2023-30)

Índice

Índice.....	1
1 Contexto	2
2 Objeto.....	2
3 Descripción de los servicios.....	2
3.1 Aspectos generales	2
3.2 Detalle de los servicios a prestar	4
3.2.1 Formato de los materiales	5
3.2.2 Corrección lingüística	7
3.2.3 Entrega de los materiales	7
4 Equipo de trabajo.....	7
5 Término del contrato.....	8
5.1 Término de ejecución de la campaña y materiales comunicativos	8
5.1 Calendario i cronograma	10
6 Precio del contracte	10
7 Forma de pago	11
8 Otras condiciones de ejecución	11
8.1 Gestión de medios, materiales, permisos y autorizaciones	11
8.2 Programa de identificación visual (PIV) y directiva europea de accesibilidad web. 11	
8.3 Propiedad de los trabajos	12
9 Consultas.....	13
10 Anexo – Briefing del ejercicio práctico.....	13
10.1 Antecedentes	13
10.2 Objetivo de comunicación	13
10.3 Mensaje y público objetivo	13
10.4 Público objetivo	14
10.5 Tono y estilo	14
10.6 Medios de la campaña	14
10.7 Elementos de la comunicación	14
10.8 Canales de comunicación	14
10.9 Material de campaña	15
10.10 Instrucciones de entrega del documento	15



1 Contexto

La Agència Catalana del Consum, en adelante, ACdC, tiene entre sus competencias asignadas, según la Ley de creación 9/2004, la promoción y la defensa de los derechos de las personas en el ámbito del consumo.

Su misión es garantizar los derechos de las personas como consumidoras de bienes y productos y usuarias de servicios, así como la mejora de la competitividad de las empresas y las condiciones de trabajo en el mercado.

La ACdC tiene, entre sus prioridades de comunicación, las de darse a conocer y conseguir una mayor proyección pública de la organización y de sus funciones, así como difundir los derechos de la ciudadanía como personas consumidoras.

Para llevar a cabo estos objetivos, la ACdC diseña un plan de comunicación anual y requiere la contratación de diversos servicios necesarios para su correcta ejecución.

2 Objeto

El objeto de este contrato es la prestación de un servicio de creatividad, diseño, realización y producción de campañas de publicidad institucional y materiales de comunicación para su difusión en todos o alguno/s de los siguientes medios de comunicación: televisión, radio, medio impreso, exterior, internet y redes sociales.

Según el plan de comunicación de la ACdC para 2023, el objetivo es contar con un servicio para la creatividad y producción de materiales comunicativos que permitan promover entre la ciudadanía información en materia de consumo. Algunas de las temáticas en las que se centrarán estas campañas y materiales de comunicación, son las siguientes:

- Consumo responsable y sostenible, con el fin de fomentar entre la ciudadanía un consumo más consciente y crítico, teniendo en cuenta criterios de sostenibilidad cultural, ambiental, socioeconómica y lingüística.
- Derechos de las personas consumidoras en temas estacionales y recurrentes – a definir durante el transcurso del año, en función de las prioridades que se establezcan, las necesidades que plantee el mercado y los problemas que en materia de consumo se puedan originar–, tales como la contratación de viajes, las rebajas, el Black Friday o las compras de Navidad.
- Derechos y obligaciones recogidos en el Código de consumo de Cataluña, así como cualquier aspecto orientado a alcanzar los objetivos propios de la ACdC para con la ciudadanía.

3 Descripción de los servicios

3.1 Aspectos generales

Las campañas y los materiales de comunicación se estipularán de acuerdo con las necesidades específicas en cada caso, pudiendo comportar la demanda de cualquiera de los elementos que se relacionan en la siguiente lista, de forma individual o combinada

- Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un spot
- Definición de la idea, conceptualización, creatividad de una cuña



- Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un anuncio gráfico
- Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un anuncio display para internet o para las redes sociales.
- Producción de un spot con rodaje y actores/actrices en localizaciones exteriores
- Producción de un spot con rodaje y actores/actrices en localizaciones en un plató u otros espacios interiores
- Producción de un spot con imágenes de archivo
- Producción de un vídeo digital animado para pantallas i redes
- Producción de un vídeo digital o infográfico para pantallas i redes
- Producción de un original de anuncio gráfico producido con imágenes de archivo o con ilustraciones.
- Producción de un original de un anuncio gráfico con sesión fotográfica
- Producción de un anuncio display para internet o para las redes sociales
- Producción de una cuña con 1 locutor/a
- Voz adicional en locución de cuñas
- Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a diferentes formatos y medidas para su inserción en medios impresos.
- Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a los formatos y medidas estándar (opis i marquesinas, carteles, vallas, banderolas, etc.) para su inserción en medio exterior.
- Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a formatos y medidas especiales (autobuses integrales, tranvía, vinilos especiales, etc.) para su inserción en medio exterior.
- Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a los formatos y medidas display habituales (robapáginas doble, megabaner, sky, etc.) para su inserción en medio internet.
- Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a formatos y medidas especiales (brand day, animación multimedia, vídeo, etc.) para su inserción en medio internet o en redes sociales.

La distribución de los servicios y productos concretos se valorará al inicio de cada campaña o necesidad de material comunicativo, en función de las necesidades específicas.

En cuanto al encargo de una campaña que contemple una combinación de los diferentes elementos detallados en la lista anterior, éste se iniciará mediante una petición formal por parte de la ACdC en la que se entregará un briefing* con las especificaciones de la campaña, indicando lo siguiente:

- Objetivo de la campaña
- Mensaje o mensajes
- Público objetivo
- Tono y estilo
- Canales de comunicación y medios en los cuales se difundirá
- Material de la campaña

* Los detalles y especificaciones del modelo de briefing se encuentran en el punto 10 del presente aquest documento.

Seguidamente, la empresa adjudicataria del contrato realizará la definición de la idea y conceptualización de la propuesta creativa de campaña de publicidad institucional, a partir del briefing que facilite la ACdC en cada momento. Este documento deberá entregarse en un dossier en formato electrónico y contendrá, de forma detallada, la conceptualización de la propuesta creativa, de acuerdo con las especificaciones detalladas en el briefing (punto 10 de este documento).

En cuanto a los materiales de comunicación independientes, la ACdC podrá solicitar, mediante este procedimiento, la contratación de servicios y productos específicos en temática

y forma diversa, según las necesidades que se presenten durante el año 2023, con el fin de reforzar el cumplimiento de sus objetivos.

Una campaña de máximos contemplaría la definición de la idea, conceptualización y creatividad de un spot, un vídeo digital, una cuña y un anuncio gráfico, así como la producción de los materiales correspondientes: spot con exteriores, vídeo digital, original de un anuncio gráfico con sesión fotográfica, cuña con dos locuciones, así como las adaptaciones de la creatividad de los anuncios en formatos y tamaños especiales.

3.2 Detalle de los servicios a prestar

Según la tipología de campaña o materiales de comunicación que se encarguen, habrá que adaptar el contenido del dossier a las siguientes especificaciones:

- **Creatividad y producción de spots y vídeos para su inserción en televisión y/o internet.**

En el caso de los spots que requieran rodaje, habrá que presentar y consensuar los detalles técnicos previstos para la producción de los vídeos (castings, localizaciones, etc.), de acuerdo con lo siguiente:

- o Definición del guión gráfico (storyboard) debidamente desarrollado, la escaleta y la identificación de los elementos que intervienen en el spot y el guión para la locución. Se podrá también presentar una maqueta o animático que muestre el estilo y tipología de imágenes y la propuesta de montaje.
- o Elección del casting, localizaciones, etc.
- o Definición del plan de rodaje.
- o Gestión de los permisos en el caso que sean necesarios.
- o Búsqueda, selección y compra de imágenes, producción o compra de ilustraciones, vídeos y música.
- o Grabación del vídeo o montaje de las imágenes de archivo o animación de las ilustraciones.
- o Grabación de la locución.
- o Subtítulos siempre en catalán (si se necesitan en un idioma diferente se especificará en el briefing). Se podrá solicitar este servicio en cualquiera de las lenguas oficiales de la Unión Europea.
- o Edición, producción y postproducción del vídeo para su difusión en televisión y/o internet i redes sociales
- o La duración de los spots puede ser desde 20 segundos a dos minutos, en función del medio en el que se difundirá.

- **Creatividad y producción de cuñas para su difusión en radio**

A partir de la idea creativa aprobada, se deberá entregar previamente el guión de la cuña para su aprobación y, posteriormente, registrarla y entregarla en el formato que se indicará en cada caso, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- o Definición de los guiones.
- o Elección del casting de voces.
- o Grabación de la locución.
- o Búsqueda, selección y compra de música y pago de sus derechos, si es necesario.
- o Edición, producción i postproducción de las cuñas para su difusión en radio.

- **Creatividad y producción y master de los originales del anuncio gráfico para medios impresos**



A partir de la idea creativa aprobada, los servicios a prestar en este caso son los siguientes:

- o Máster de los originales.
- o Búsqueda y selección del/la fotógrafo/a.
- o Búsqueda, selección y compra de imágenes, producción o compra de ilustraciones y pago de sus derechos.
- o A partir de la idea creativa aprobada, se entregará un máster en abierto de cada una de las versiones del anuncio.

- Creatividad y producción y másteres de originales para soportes de publicidad exterior.

Los servicios a prestar en este caso son los siguientes:

- o Creatividad y másteres de originales para soportes de publicidad exterior.
- o Búsqueda y selección del/la fotógrafo/a.
- o Búsqueda, selección y compra de imágenes, producción o compra de ilustraciones y pago de sus derechos.
- o A partir de la idea creativa aprobada, se entregará un máster en abierto de cada una de las versiones del anuncio.

- Creatividad y producción de originales para internet para una campaña display

Los servicios a prestar en el caso del anuncio para soportes de publicidad digital (baners display estáticos y animados, formatos richmedia y anuncios para redes sociales) son los siguientes:

- o Creatividad y másteres de originales para soportes de publicidad digital.
- o Búsqueda, selección y compra de imágenes, producción o compra de ilustraciones y pago de sus derechos.
- o Animación de las imágenes o ilustraciones, si es necesario.
- o A partir de la idea creativa aprobada, se entregará un máster en abierto de cada una de las versiones del anuncio.

- Producción de materiales de comunicación

También será posible la contratación de material de comunicación, sin un servicio de creatividad asociado. En estos casos, la ACdC entregará una propuesta creativa desarrollada para que el adjudicatario realice la producción en el soporte o soportes que se especifiquen: spots, cuña, gráfico, vídeo para redes, etc.

- Producción de adaptaciones

Servicio de producción de adaptaciones de la creatividad de los anuncios a diferentes formatos y tamaños para su inserción en todos o en alguno/s de los siguientes medios de comunicación: medio impreso, exterior e internet.

3.2.1 Formato de los materiales

En referencia al formato de entrega de los diferentes materiales, estos deberán entregarse de acuerdo con lo siguiente:

- Los vídeos se entregarán en FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, RM i WMV o similar. Los vídeos deben cumplir los requisitos de accesibilidad establecidos per la Generalitat de Catalunya.



- Las cuñas se entregarán en un archivo .mp3 o .WAW.
- Los formatos de los másteres en abierto de los anuncios para los medios impresos y exterior pueden ser: Indesing (en formato idml), preferentemente, o bien en Pdf. con entrega de las imágenes, ilustraciones, tipografías/fuentes, o cualquier otro elemento integrante de la creatividad por separado.
- Los formatos de los másteres en abierto de los anuncios por internet serán preferiblemente: .psd, .ai. con entrega de las imágenes, ilustraciones, tipografías/fuentes, o cualquier otro elemento integrante de la creatividad por separado.
- Para las adaptaciones de los anuncios a diferentes formatos y tamaños, de acuerdo con las especificaciones técnicas que se requieran en cada caso, para su inserción en el medio impreso, los posibles formatos serán los siguientes: plana; media plana; 1/4 plana; faldón; doble plana y otros que determine y plano de medios.

Para cada campaña y/o material de comunicación se facilitarán los másteres en abierto de los anuncios y un listado con las especificaciones de formatos y tamaños de cada uno de los soportes donde se insertará el anuncio. También se informará del timing máximo de entrega.

- Para las adaptaciones de anuncios a diferentes formatos y tamaños que se especifican en cada caso para su inserción en medio exterior, los posibles formatos serán los siguientes:
 - o Formatos estándar: opi; opi digital; marquesina; lateral bus; posterior bus; carteles; vallas; banderolas i otras que determine el plan de medios.
 - o Formatos especiales: integral bus; vagón integral metro o tranvía; laterales de vagón de metro o tranvía; corpóreo; torreta; roll-up i otros que determine el plan de medios.

Para realizar las adaptaciones para los autobuses y de otros formatos especiales la empresa que gestiona el plan de medios facilitará las correspondientes plantillas sobre las que se deberá aplicar la creatividad.

- Para las adaptaciones de los anuncios a diferentes formatos y tamaños, de acuerdo con las especificaciones técnicas que se requieran en cada caso, para su inserción en el medio internet, los posibles formatos serán los siguientes:
 - o Formatos estándar: banner gif/display (robapáginas, doble robapáginas, megabanner, sky, etc.); banner imagen principal; banners para canales propios y otros que determine el plan de medios.
 - o Formatos especiales: Brand day (incluye todas las piezas); animación multimedia; vídeo gráfico i otros que determine el plan de medios.
 - o Formato de los materiales: los formatos habituales de entrega de las adaptaciones para la inserción en redes sociales son: .gif, .png, .jpg, .html5 y, en el caso de vídeos y animaciones, .mp4, .flv, .avi, .mpeg o otros..

El material gráfico entregado debe estar en formato plantilla editable para incorporar, en su caso, logotipos alternativos o territoriales.



A pesar de la especificación de los diferentes formatos indicados anteriormente, dada la evolución de los soportes tecnológicos, se podrán solicitar otros formatos asimilables en cada caso, si así considerara necesario.

Los diferentes elementos a aplicar a la hora de diseñar el producto audiovisual se detallan a continuación:

- Logotipo Generalitat de Catalunya. Es reproducirá el logotipo de la Generalitat de Catalunya, de acuerdo con la normativa del Programa de identificación visual (PIV) <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>
- Logotipo de la Agència Catalana del Consum <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dempresa-i-treball/Identificacions-del-Departament/agencia-catalana-del-consum/>

Todo el material debe cumplir con los criterios necesarios que especifica la Ley de accesibilidad.

- Vídeos: rodaje en exterior e interior según necesidades y doblaje, si es necesario. Será obligatoria la subtítulos de los productos audiovisuales en todas sus versiones.
- Todo el material elaborado debe cumplir la normativa de accesibilidad, según las instrucciones de la ACdC. (subtitulaciones, lectura automática de textos, contraste de colores...). <https://web.gencat.cat/ca/ajuda/accessibilitat/>
- Todo el material elaborado debe cumplir las recomendaciones del Instituto Catalán de las Mujeres, sobre la aplicación de la perspectiva de género en la comunicación de las administraciones públicas. <https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/390443/linstitut-catala-dones-presenta-guia-laplicacio-perspectiva-genere-comunicacio-administracions-publiques>

3.2.2 Corrección lingüística

La empresa contratista asume la obligación de destinar a la ejecución del contrato los medios y el personal que resulten adecuados para asegurar la corrección lingüística de las prestaciones objeto del servicio.

3.2.3 Entrega de los materiales

La forma habitual de entrega de los ficheros que contengan los materiales de la campaña o de comunicación (incluido el dossier con la conceptualización de la propuesta creativa) se hará mediante el envío de un correo electrónico, o enlace a una plataforma de intercambio de archivos, en la ACdC.

En el caso de internet se puede requerir la subida de los materiales a servidores de publicidad on-line.

4 Equipo de trabajo

La empresa adjudicataria designará:

- La persona que asumirá el rol de interlocutora única responsable de la gestión y la coordinación de la ejecución del contrato con la Agència Catalana del Consum.



- La persona que realizará las funciones de coordinadora o responsable técnico, para la dirección, coordinación de las campañas y materiales comunicativos i de los diferentes servicios asociados.

Además, será necesario que la empresa adjudicataria cuente con el siguiente personal asignado al contrato:

- Director/a Creativo/a, para la definición de la conceptualización de campaña, dirigir los equipos de trabajo, planificar y asignar las tareas y velar por su correcta ejecución.
- Director/a de Arte y Copy, responsable de la creatividad de la campaña y material de comunicación y de su contenido.
- Jefe de estudio-Diseñador gráfico, como soporte creativo y diseño de las piezas gráficas.

Una misma persona podrá asumir hasta un máximo de dos (2) roles de los especificados anteriormente.

Para garantizar la calidad y continuidad en la prestación del servicio, la empresa contratista procurará la estabilidad en el trabajo del personal destinado a la ejecución de este contrato, asegurando que en caso de sustitución de alguna de las personas trabajadoras se hará por otras que reúna las condiciones necesarias para una correcta ejecución del servicio.

Cualquier cambio en el personal responsable asociado al contrato deberá informarse previamente y por escrito al equipo de comunicación de la ACdC.

En este punto, no se concreta el personal relativo a las tareas de producción, dado que el equipo técnico necesario en cada caso vendrá determinado según las solicitudes de creatividad y materiales comunicativos que realice la ACdC durante la vigencia del presente contrato.

5 Término del contrato

El inicio del plazo de ejecución del contrato será desde la fecha de formalización del contrato y, todos los servicios encargados mediante la presente contratación deberán haberse ejecutado antes del 30 de noviembre de 2023.

No se prevé prórroga.

5.1 Término de ejecución de la campaña y materiales comunicativos

Independientemente de la duración del contrato, dado que se trata de un servicio a entregar en diferentes entregas durante el año 2023, según la tipología de los elementos que conforman la una campaña o cada material comunicativo encargado, los plazos máximos de entrega son los que se especifican en la siguiente tabla:



Concepto/servicio a prestar	Término (días naturales)
Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un spot	Máximo 10 días
Definición de la idea, conceptualización y creatividad de una cuña	Máximo 5 días
Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un anuncio gráfico	Máximo 10 días
Definición de la idea, conceptualización y creatividad de un anuncio display para internet o para redes sociales	Máximo 20 días
Producción de un spot con rodaje y actores/actrices en localizaciones exteriores	Máximo 20 días
Producción de un spot con rodaje y actores/actrices en localizaciones en un plató u otros espacios interiores	Máximo 20 días
Producción de un spot con imágenes de archivo	Máximo 10 días
Producción de un vídeo digital animado para pantallas y redes	Máximo 10 días
Producción de un vídeo digital o infográfico para pantallas y redes	Máximo 7 días
Producción de un original de anuncio gráfico producido con imágenes de archivo o ilustraciones	Máximo 10 días
Producción de un original de un anuncio gráfico con sesión fotográfica	Máximo 10 días
Producción de un anuncio display para internet o para las redes sociales	Máximo 10 días
Producción de una cuña con 1 locutor/a Voz adicional en la locución de cuñas	Máximo 4 días
Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a diferentes formatos y medidas para su inserción en medio impreso.	Máximo 4 días
Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios en formatos y medidas estándar (opis i marquesinas, carteles, vallas, banderolas, etc.) para su inserción en medio exterior.	Máximo 4 días
Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a formato y medidas especiales (autobuses integrales, tranvía, vinilos especiales, etc.) para su inserción en medio exterior.	Máximo 4 días
Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a los formatos y medidas display habituales (robapáginas doble, megabanner, sky, etc.) para su inserción en medio internet.	Máximo 4 días
Producción de una adaptación de la creatividad de los anuncios a formatos y medidas especiales (brand day, animación multimedia, vídeo, etc.) para su inserción en medio internet y redes sociales.	Máximo 4 días

Para aquellas campañas y materiales de comunicación que contemplen la contratación de varios elementos de producción, en ningún caso los plazos serán sumatorios, sino que se tendrán que entregar de acuerdo con los máximos establecidos en este cuadro, a contar desde la fecha oficial del encargo por parte de la ACdC.

El plazo de entrega de los diferentes servicios y materiales, tendrá efecto a partir de la fecha de encargo formal por parte del equipo de Comunicación de la ACdC. En este sentido, se hará llegar una comunicación vía correo electrónico en la cual se formaliza la petición, detallando las características y soporte o soportes que se solicitan. La fecha de esta comunicación se establece como fecha de inicio del plazo para la entrega de los servicios y materiales que se encargan.

Con el fin de establecer un modelo de relación efectivo, durante la primera reunión que se lleve a cabo con la empresa adjudicataria, se establecerá los mecanismos de comunicación necesarios y las direcciones electrónicas que se tendrán que hacer constar para las comunicaciones.

5.1 Calendario i cronograma

A partir de la fecha de formalización del contrato, se realizará una primera reunión de presentación de la empresa adjudicataria para revisar el calendario de trabajo con el equipo de Comunicación de la ACdC. En esta primera reunión, tendrá que estar presente, como mínimo, la persona interlocutora asignada por la empresa adjudicataria, así como el personal de responsabilidad designado en el contrato.

Se establece un mínimo de seis (6) reuniones de trabajo telemáticas, o bien presenciales, si así se considerara necesario.

- La primera, como máximo en los tres (3) días hábiles después de la adjudicación del contrato, con el fin de fijar la planificación, los roles de cada una de las personas, y el modelo de relación comunicativa para la correcta ejecución del contrato.
- En el caso de encargo de una campaña integral, se enviará el briefing a la empresa adjudicataria del contrato. Pasado cinco (5) días hábiles, de la fecha de entrega del briefing, se celebrará una reunión con el objetivo de revisar la propuesta creativa y pactar el calendario de trabajo con el equipo de Comunicación de la Agència Catalana del Consum.
- Las siguientes reuniones se planificarán según las necesidades del servicio y la evolución de las tareas propias del contrato.

El equipo de comunicación de la Agència Catalana del Consum tendrá que estar presente en todos los rodajes que se realicen.

Con respecto al encargo de materiales de comunicación, se podrán realizar reuniones específicas, con el fin de consensuar la idea y los formatos correspondientes.

En cualquier caso, además de las reuniones presenciales y/o virtuales síncronas, habrá otras vías de comunicación para el trabajo ordinario: correo electrónico, teléfono u otras, siempre en el contexto del trabajo de oficina.

La empresa adjudicataria también tiene que estar dispuesta a recibir a técnicos y responsables de la ACdC en sus instalaciones, para efectuar reuniones presenciales. La intención es que la flexibilidad y las posibilidades sean máximas, para que la relación resulte fluida y eficaz.

6 Precio del contracte

El precio de este contrato es de 96.800,00 euros, y se desglosa de la manera siguiente:

Importe:	80.000,00 €
Importe total del IVA (21%)	16.800,00 €
Presupuesto base de licitación (IVA incluido)	96.800,00 €

Por lo tanto, el **valor estimado del contrato** es de **80.000,00 euros**, IVA excluido.



7 Forma de pago

La cantidad anterior será abonada por la ACdC, dentro de los plazos legales correspondientes, de acuerdo con el siguiente:

- Dado que la contratación corresponde a servicios a ejecutar a demanda de la ACdC durante el año 2023, la empresa adjudicataria tendrá que emitir una factura electrónica parcial al final de cada mes, siempre que se hayan ejecutado los trabajos previstos. Las facturas mensuales tendrán que especificar las campañas o materiales de comunicación ejecutados y entregados, según el encargo formalizado por el equipo de Comunicación de la ACdC.
- El formato de la factura electrónica y firma se tienen que ajustar al que dispone el anexo 1 de la Orden ECO/306/2015, de 23 de septiembre, por la cual se regula el procedimiento de tramitación y anotación de las facturas en el Registro contable de facturas en el ámbito de la administración de la Generalitat de Catalunya y el sector público que depende.

La plataforma e.FACT es el punto general de entrada de facturas electrónicas de la Administración de la Generalitat de Catalunya y de su Sector Público (acuerdo GOV/151/2014, de 11 de noviembre).

A los efectos de la factura electrónica, se informa de que la unidad tramitadora es la Agència Catalana del Consum, el órgano gestor es el director de la Agència Catalana del Consum, y la oficina contable es a Intervención General de la Generalitat de Catalunya.

8 Otras condiciones de ejecución

8.1 Gestión de medios, materiales, permisos y autorizaciones

El contratista se compromete a poner todos los medios personales y materiales que sean precisos para la correcta ejecución de las tareas a desarrollar, así como a facilitar toda la información y asistencia necesarias para la utilización de los resultados aportados.

Si hay que solicitar algún permiso o autorización con respecto a los rodajes o cualquier gasto que pueda generar esta autorización, corresponderá al contratista solicitar la autorización, acreditar su obtención y abonar cualquier gasto que genere

8.2 Programa de identificación visual (PIV) y directiva europea de accesibilidad web.

Este punto es de obligado cumplimiento y no se aceptará el material que no cumpla estas directivas. La producción de todo el material se ha de realizado de acuerdo con la normativa del programa visual (PIV) de la Generalitat de Catalunya, y de la UE si es necesario, e incorporar los logotipos y textos de campañas que se especifiquen, siempre suministrados por la ACdC. También será obligatorio el cumplimiento de la directiva europea de accesibilidad web que comporta la locución y subtitulación de todos los materiales audiovisuales, y la adaptación de los documentos PDF para ser leídos por lectores automáticos de textos.

Consultar directiva europea de accesibilidad, de obligado cumplimiento:

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.327.01.0001.01.SPA&toc=OJ:L:2016:327:FULL

Consultar recomendaciones para un diseño accesible (poca visión, lectores de pantalla, dificultades auditivas, de espectro autista, con ansiedad, con dislexia o con discapacidades físicas o motoras):

<http://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/>

8.3 Propiedad de los trabajos

El o el contratista cederá a la Administración de la Generalitat de Catalunya gratuitamente y con carácter de exclusiva, sin límite de tiempo y para todo el ámbito territorial universal, los derechos de explotación de la propiedad intelectual de las obras realizadas para la prestación del objeto contractual, en cualquier forma y en especial, en todas sus modalidades de explotación, incluida la explotación en redes sociales, del derecho de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación (actualización, traducción y cualquier otra modificación que pueda derivar en otra obra).

La cesión en exclusiva en los términos que establece el párrafo precedente se efectúa también a los efectos que la Administración de la Generalitat de Catalunya, como cesionario en exclusiva de los derechos de explotación de los derechos de autor de las creaciones realizadas para la prestación del objeto contractual (dibujos, logotipos, textos, eslóganes, gráficos, etc.), pueda registrarlos, si procede, como titular de los derechos de la propiedad industrial derivados de todas estas creaciones (marca o nombre comercial).

La cesión de derechos prevista en esta cláusula se aplicará también en el caso de elementos creados o producidos (fotografías digitales, etc.) por personas o empresas que hayan sido subcontratadas por la empresa adjudicataria, y a este efecto, la empresa adjudicataria tendrá que acreditar la cesión mencionada. Estos derechos se cederán a la Administración de la Generalitat también en exclusiva, sin límite de tiempo y para el ámbito territorial universal en todas sus modalidades de explotación, incluida la red de Internet: el derecho de reproducción, distribución o comunicación pública.

Con respecto a los derechos de imagen de los modelos, figurantes o cualquier otra persona que aparezca en el anuncio y en cualquier otro elemento o soporte que integre los productos audiovisuales, la empresa adjudicataria tendrá que contratar los derechos de imagen o de otros que les podrían corresponder por un periodo de dos (2) años, a fin de que la Administración de la Generalitat, como propietaria de las creaciones publicitarias pueda emitirlos en el ámbito territorial universal sin ningún cargo por éste u otros conceptos durante el periodo mencionado.

El precio del contrato, una vez adjudicado a la empresa adjudicataria, incluye los derechos de toda propiedad intelectual desarrollada para la ACdC (sin límite de tiempo y ámbito universal), los derechos de imagen de los modelos o personas que aparezcan en el material audiovisual y los derechos de todo el material audiovisual (derechos para dos años y ámbito universal).

A este efecto, la autorización relativa al uso de imagen se tendrá que acreditar simultáneamente a la entrega de los trabajos que son objeto del presente contrato.

Por otra parte, y en el caso que se quiera seguir utilizando la campaña, el contratista se compromete a facilitar los datos profesionales de los modelos utilizados en la campaña previa autorización de los interesados, para poder acordar con la agencia y/o persona a quien corresponda la prórroga de los derechos de imagen.

En caso de que se haga uso de imágenes de archivo, el contratista tiene que respetar la licencia de uso de las imágenes utilizadas en cada caso. Si la Administración de la Generalitat de Catalunya detecta que las imágenes de archivo han sido utilizadas en otras campañas de publicidad, puede pedir el cambio por otras imágenes de archivo de las mismas características



Además, el o el contratista asume también la obligación de responder e indemnizar contra toda responsabilidad de cualquier naturaleza originada o relacionada con reclamaciones que la Administración de la Generalitat de Catalunya pueda recibir sobre el hecho que la explotación de los trabajos, piezas, iconos, materiales y en general cualquier creación producida para el objeto de esta contratación, infrinjan derechos de propiedad intelectual y/o industrial de terceros.

9 Consultas

Todas las consultas, información relativa a los pliegos y el perfil del contratante deben gestionarse accediendo al enlace “Dudas y preguntas” de la sección “Tablero de anuncios”.

10 Anexo – Briefing del ejercicio práctico

10.1 Antecedentes

La Agència Catalana del Consum quiere difundir una campaña informativa y de divulgación para fomentar el consumo responsable a partir de comportamientos más sostenibles, teniendo en cuenta que la sostenibilidad no sólo hace referencia al medio ambiente, sino que hay que abordarla también desde otros ámbitos: económico, social, etc.

El Codi de Consum de Catalunya considera imprescindible incorporar el concepto de consumo responsable, en la medida en que representa la expresión de una necesidad de equilibrio entre los aspectos sociales, económicos y ambientales presentes siempre en el ámbito del consumo. Esta ley entiende el consumo responsable como un consumo moderado, informado, reflexivo y consciente de bienes y servicios, teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad cultural, ambiental, socioeconómica y lingüística.

Con el fin de potenciar el conocimiento de aspectos claves relacionados con el consumo responsable, la ACdC quiere realizar una campaña divulgativa y de concienciación que ayude a aclarar conceptos básicos y a la adopción de hábitos de consumo más sostenibles.

10.2 Objetivo de comunicación

El objetivo principal es impactar sobre la ciudadanía para concienciar como es de positivo adoptar hábitos de consumo responsable y sostenible a nivel individual y colectivo, en materia económica y medioambiental.

Se trata de transmitir a la ciudadanía un mensaje claro, mediante la comunicación de un conjunto de hábitos orientados a la adopción de prácticas de consumo responsable.

10.3 Mensaje y público objetivo

Los mensajes de la campaña, entendidos como ideas fuerza son los siguientes:

La crisis climática es una problemática global y sus efectos tienen un impacto directo, tanto a nivel colectivo como individual. Desde la perspectiva de las personas consumidoras, se pueden adoptar hábitos orientados a ayudar a reducir este impacto y sus consecuencias negativas.

En este sentido, esta campaña debe transmitir, por una parte, el poder que tenemos como personas consumidoras, generando conciencia colectiva, con el fin de integrar aspectos como el **consumo responsable**, la **economía circular** y valorar las formas de **comercio sostenible** existentes. Por lo tanto, en primer lugar, la campaña tiene que facilitar que los



consumidores puedan identificar estos comportamientos sostenibles y los beneficios de ponerlos en práctica.

10.4 Público objetivo

El público destinatario de la campaña es toda la ciudadanía de Catalunya en general ya que todos somos personas consumidoras.

10.5 Tono y estilo

El contenido de la campaña es divulgativo, por lo tanto, el lenguaje tiene que ser sencillo y llano con el propósito que sea comprensible y llegue a cualquier perfil de persona consumidora, independientemente de su edad, formación o conocimientos. Se trabajará en un **eslogan único que identifique la campaña**.

La campaña tiene que ser clara, añadiendo información sobre las diversas opciones con el fin de adoptar un consumo responsable y destacando que es un gesto necesario. Tiene que existir un *call to action*, a través del cual se perciban directamente los beneficios que podemos obtener adoptando hábitos de consumo responsable.

Además, siempre se debe que comunicar en positivo, ya que queremos destacar los beneficios y las bondades de la adopción de hábitos de consumo responsable y sostenible.

10.6 Medios de la campaña

La campaña se basará en una estrategia multimedia centrada en: televisión, radio, prensa, exterior, online y redes sociales.

La estrategia de comunicación está abierta a cualquier propuesta de formatos, materiales, sugerencias o aportaciones si se justifican adecuadamente.

10.7 Elementos de la comunicación

Los diferentes elementos que se tienen que aplicar en el diseño del producto audiovisual se detallan a continuación:

- Logotipo de la Generalitat de Catalunya. Se reproducirá el logotipo de la Generalitat de Catalunya, de acuerdo con la normativa del Programa de identificación visual (PIV) <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>
- Logotipo de la Agència Catalana del Consum <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dempresa-i-treball/Identificacions-del-Departament/agencia-catalana-del-consum/>

10.8 Canales de comunicación

Es necesario crear, diseñar y producir todas las piezas necesarias en función de la propuesta para la difusión de una futura difusión multicanal (facebook, twitter, Instagram, etc.).

Los productos audiovisuales tienen que tener una coherencia entre el mensaje y los elementos formales, así como una **integración de la imagen audiovisual y la imagen gráfica de**



manera que todos los códigos visuales trabajen en una misma dirección y construyan una acción global.

10.9 Material de campaña

Se tendrá que entregar de forma detallada un dossier con la conceptualización de la idea creativa propuesta. Este dossier debe contener los siguientes elementos:

- Argumentario del concepto creativo.
- Guion gráfico (story) debidamente desarrollado, escalerilla e identificación de los elementos que intervienen en el spot. Se podrá también presentar una maqueta o animático que muestre el estilo y tipología de imágenes y la propuesta de montaje.
- Ficha con los detalles técnicos previstos para la producción de los spots.
- Texto-guiones escritos de todas las cuñas de campaña.
- Propuesta de la gráfica para el medio impreso y exterior
- Propuesta para los medios digitales (internet y redes sociales)
- Recursos gráficos y audiovisuales que se utilizarán para llevar a cabo el proyecto: superposición de texto, infografías animadas, imágenes de recurso, etc. En caso de vídeos/spots, la propuesta de actores y localizaciones.
- Además, se deberá aportar un ejemplo de un producto audiovisual elaborando anteriormente que utilice los recursos y herramientas propuestos.

10.10 Instrucciones de entrega del documento

La empresa licitadora deberá presentar un documento en formato PDF, detallando la propuesta técnica basada en el briefing proporcionado, en el cual se especifiquen claramente todos los puntos a desarrollar. La documentación puede incorporar imágenes y enlaces si procede.

La extensión máxima, de la memoria técnica, será de 12 páginas DinA4 y 25MB. La superación de este límite de extensión implicará que el contenido de las hojas adicionales no será objeto de valoración.

Lluc Arias Arias
Jefe del Servicio de Estudios y Comunicación