

Plec de prescripcions tècniques per a la contractació del servei de creativitat i producció de campanyes de publicitat institucional i materials de comunicació per a l'Agència Catalana del Consum (EXP: ACC-2023-30)

Índex

1	Context	2
2	Objecte	2
3	Descripció dels serveis	2
3.1	Aspectes generals	2
3.2	Detall dels serveis a prestar	4
3.2.1	Format dels materials	6
3.2.2	Correcció lingüística	7
3.2.3	Lliurament dels materials	7
4	Equip de treball	7
5	Durada del contracte	8
5.1	Termini d'execució de la campanya i materials comunicatius	8
5.1	Calendari i cronograma	9
6	Preu del contracte	10
7	Forma de pagament	10
8	Altres condicions d'execució	11
8.1	Gestió de mitjans, materials, permisos i autoritzacions	11
8.2	Programa d'identificació visual (PIV) i directiva europea d'accessibilitat web	11
8.3	Propietat dels treballs	11
9	Consultes	12
10	Annex – Brifing de l'exercici pràctic	13
10.1	Antecedents	13
10.2	Objectiu de comunicació	13
10.3	Missatge i públic objectiu	13
10.4	Públic objectiu	13
10.5	To i estil	13
10.6	Mitjans de la campanya	14
10.7	Elements de la comunicació	14
10.8	Canals de comunicació	14
10.9	Material de campanya	14
10.10	Instruccions de lliurament del document	15



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 1 de 15

1 Context

L'Agència Catalana del Consum, en endavant, ACdC, té entre les seves competències assignades, segons la Llei de creació 9/2004, la promoció i la defensa dels drets de les persones en l'àmbit del consum.

La seva missió és garantir els drets de les persones com a consumidores de béns i productes i usuàries de serveis, així com la millora de la competitivitat de les empreses i les condicions de treball en el mercat.

L'ACdC té, entre les seves prioritats de comunicació, les de donar-se a conèixer i aconseguir una major projecció pública de l'organització i de les seves funcions, així com difondre els drets de la ciutadania com a persones consumidores.

Per tal de portar a terme aquests objectius, l'ACdC dissenya un pla de comunicació anual i requereix la contractació de diversos serveis necessaris per a la seva correcta execució.

2 Objecte

L'objecte d'aquest contracte és la prestació d'un servei de creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat institucional i materials de comunicació per a la seva difusió en tots o algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, ràdio, mitjà imprès, exterior, internet i xarxes socials.

Segons el pla de comunicació de l'ACdC per al 2023, l'objectiu és comptar amb un servei per a la creativitat i producció de materials comunicatius que permetin promoure entre la ciutadania informació en matèria de consum. Algunes de les temàtiques en les quals se centraran aquestes campanyes i materials de comunicació, són les següents:

- Consum responsable i sostenible, per tal de fomentar entre la ciutadania un consum més conscient i crític, tenint en compte criteris de sostenibilitat cultural, ambiental, socioeconòmica i lingüística.
- Drets de les persones consumidores en temes estacionals i recurrents – a definir durant el transcurs de l'any, en funció de les prioritats que s'estableixin, les necessitats que plantegi el mercat i els problemes que en matèria de consum es puguin originar–, com ara la contractació de viatges, les rebaixes, el Black Friday o les compres de Nadal.
- Drets i obligacions recollits en el Codi de consum de Catalunya, així com qualsevol aspecte orientat a assolir els objectius propis de l'ACdC envers la ciutadania.

3 Descripció dels serveis

3.1 Aspectes generals

Les campanyes i els materials de comunicació s'estipularan d'acord amb les necessitats específiques en cada cas, i poden comportar la demanda de qualsevol dels elements que es relacionen en la llista següent, de manera individual o combinada:

- Definició de la idea, conceptualització i creativitat d'un espot
- Definició de la idea, conceptualització, creativitat d'una falca
- Definició de la idea, conceptualització i creativitat d'un anunci gràfic



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 2 de 15

- Definició de la idea, conceptualització, i creativitat d'un anunci display per a internet o per a les xarxes socials
- Producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions exteriors
- Producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions dins d'un plató o altres espais interiors
- Producció d'un espot amb imatges d'arxiu
- Producció d'un vídeo digital animat per a pantalles i xarxes
- Producció d'un vídeo digital o infogràfic per pantalles i xarxes
- Producció d'un original d'anunci gràfic produït amb imatges d'arxiu o amb il·lustració
- Producció d'un original d'un anunci gràfic amb sessió fotogràfica
- Producció d'un anunci display per a internet o per a les xarxes socials
- Producció d'una falca amb 1 locutor/a
- Veu addicional en locució de falques
- Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès.
- Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.
- Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.
- Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides display habituals (robaplanes doble, megabàner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.
- Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (brand day, animació multimèdia, vídeo, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet i a les xarxes socials.

La distribució dels serveis i productes concrets es valorarà a l'inici de cada campanya o necessitat de material comunicatiu, en funció de les necessitats específiques.

Pel que fa a l'encàrrec d'una campanya que contempli una combinació dels diferents elements detallats a la llista anterior, aquest s'iniciarà mitjançant una petició formal per part de l'ACdC en la qual s'entregarà un brífing* amb les especificacions de la campanya, indicant el següent:

- Objectiu de la campanya
- Missatge o missatges
- Públic objectiu
- To i estil
- Canals de comunicació i mitjans on es difondrà
- Material de la campanya

* Els detalls i especificacions del model de brífing es troben al punt 10 d'aquest document..

Seguidament, l'empresa adjudicatària del contracte realitzarà la definició de la idea i conceptualització de la proposta creativa de campanya de publicitat institucional, a partir del brífing que faciliti l'ACdC en cada moment. Aquest document s'haurà de lliurar en un dossier en format electrònic i contindrà, de forma detallada, la conceptualització de la proposta creativa, d'acord amb les especificacions detallades al brífing (punt 10 d'aquest document).

Pel que fa als materials de comunicació independents, l'ACdC podrà sol·licitar, mitjançant aquest procediment, la contractació de serveis i productes específics en temàtica i forma diversa, segons les necessitats que es presentin durant l'any 2023, per tal de reforçar l'acompliment dels seus objectius.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 3 de 15

Una campanya de màxims contemplaria la definició de la idea, conceptualització i creativitat d'un espot, vídeo digital, una falca i un anunci gràfic, així com la producció dels materials corresponents: espot amb exteriors, vídeo digital, original d'un anunci gràfic amb sessió fotogràfica, falca amb dos locucions, així com les adaptacions de la creativitat dels anuncis en formats i mides especials.

3.2 Detall dels serveis a prestar

Segons la tipologia de campanya o materials de comunicació que s'encarreguin, caldrà adaptar el contingut del dossier a les especificacions següents:

- Creativitat i producció d'espots i vídeos per a la seva inserció a la televisió i/o a internet.

En el cas dels espots que requereixin rodatge, caldrà presentar i consensuar els detalls tècnics previstos per a la producció dels vídeos (càstings, localitzacions, etc.), d'acord amb el següent:

- Definició del guió gràfic (*storyboard*) degudament desenvolupat, l'escaleta i la identificació dels elements que intervenen en l'espot i el guió per la locució. Es podrà també presentar una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- Elecció del càsting, localitzacions, etc.
- Definició del pla de rodatge.
- Gestió dels permisos en el cas que es necessitin.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions, vídeos i música.
- Gravació del vídeo o muntatge de les imatges d'arxiu o animació de les il·lustracions.
- Enregistrament de la locució.
- Subtítols sempre en català (si es necessiten en un idioma diferent s'especificarà al brífing). Es podrà demanar aquest servei en qualsevol de les llengües oficials de la Unió Europea.
- Edició, producció i postproducció del vídeo per a la seva difusió la televisió i/o a internet i les xarxes socials.
- La durada dels espots pot ser des de 20 segons a dos minuts, en funció del mitjà en el qual es difondrà.

- Creativitat i producció de falques per a la seva difusió a ràdio.

A partir de la idea creativa aprovada, caldrà entregar prèviament el guió de la falca per a la seva aprovació i, posteriorment, enregistrar-la i lliurar-la en el format que s'especificarà en cada cas, d'acord amb les següents especificacions:

- Definició dels guions.
- Elecció del càsting de veus.
- Enregistrament de la locució.
- Cerca, selecció i compra de música i pagament dels seus drets, si és necessari.
- Edició, producció i postproducció de les falques per a la seva difusió a la ràdio.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 4 de 15

- Creativitat i producció i màster dels originals de l'anunci gràfic per als mitjans impresos

A partir de la idea creativa aprovada, els serveis a prestar en aquest cas són els següents:

- Màster dels originals.
- Cerca i selecció del/a fotògraf/a.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

- Creativitat i producció i màsters d'originals per a suports de publicitat exterior.

Els serveis a prestar en aquest cas són els següents:

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat exterior.
- Cerca i selecció del/a fotògraf/a.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

- Creativitat i producció d'originals per internet per a una campanya display

Els serveis a prestar en el cas de l'anunci per a suports de publicitat digital (baners display estàtics i animats, formats richmedia i anuncis per a xarxes socials) són els següents:

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat digital.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- Animació de les imatges o il·lustracions, si és necessari.
- A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

- Producció de materials de comunicació

També serà possible la contractació de material de comunicació, sense un servei de creativitat associat. En aquets casos, l'ACdC lliurarà una proposta creativa desenvolupada per tal que l'adjudicatari realitzi la producció en el suport o suports que s'especifiquin: espots, falca, gràfic, vídeo per a xarxes, etc.

- Producció d'adaptacions

Servei de producció d'adaptacions de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: mitjà imprès, exterior i internet.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 5 de 15

3.2.1 Format dels materials

En referència al format de lliurament dels diferents materials, aquests s'hauran d'entregar d'acord amb el següent:

- Els vídeos es lliuraran en FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, RM i WMV o similar. Els vídeos han de complir els requisits d'accessibilitat establerts per la Generalitat de Catalunya.
- Les falques es lliuraran en un fitxer .mp3 o .WAW
- Els formats dels màster en obert dels anuncis per als mitjans impresos i exterior poden ser: Indesing (en format idml), preferentment, o bé en Pdf. amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.
- Els formats dels màsters en obert dels anuncis per internet seran preferiblement: .psd, .ai. amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.
- Per a les adaptacions dels anuncis a diferents formats i mides, d'acord amb les especificacions tècniques que es requereixin en cada cas, per a la seva inserció al mitjà imprès, els possibles formats seran els següents: plana; mitja plana; ¼ plana; faldó; doble plana i d'altres que determini i pla de mitjans.

Per a cada campanya i/o material de comunicació es facilitaran els màsters en obert dels anuncis i un llistat amb les especificacions de formats i mides de cadascun dels suports a on s'inserirà l'anunci. També s'informarà del timing màxim d'entrega.

- Per a les adaptacions d'anuncis a diferents formats i mides que s'especifiquen a cada cas per a la seva inserció en mitjà exterior, els possibles formats seran els següents:
 - o Formats estàndard: opi; opi digital; marquesina; lateral bus; darrera bus; cartells; tanques; banderoles i d'altres que determini el pla de mitjans.
 - o Formats especials: integral bus; vagó integral metro o tramvia; laterals de vagó de metro o tramvia; corpori; torreta; roll-up i d'altres que determini el pla de mitjans.

Per realitzar les adaptacions per als autobusos i d'altres formats especials l'empresa que gestiona el pla de mitjans facilitarà les corresponents plantilles sobre les quals s'haurà d'aplicar la creativitat.

- Per a les adaptacions dels anuncis a diferents formats i mides, d'acord amb les especificacions tècniques que es requereixin en cada cas, per a la seva inserció al mitjà internet, els possibles formats seran els següents:
 - o Formats estàndard: bàner gif/display (robaplanes, doble robaplanes, megabàner, sky, etc.); bàner imatge principal; bàners pels canals propis i d'altres que determini el pla de mitjans.
 - o Formats especials: Brand day (inclou totes les peces); animació multimèdia; vídeo gràfic i d'altres que determini el pla de mitjans.
 - o Format dels materials: els formats habituals d'entrega de les adaptacions per a la inserció a les xarxes socials son: .gif, .png, .jpg, .html5 i, en el cas dels vídeos i les animacions, .mp4, .flv, .avi, .mpeg o d'altres.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 6 de 15

El material gràfic entregat ha d'estar en format plantilla editable per incorporar, si s'escau, logotips alternatius o territorials.

Tot i l'especificació dels diferents formats indicats anteriorment, atesa l'evolució dels suports tecnològics, es podran sol·licitar altres formats assimilables en cada cas, si així considerés necessari.

Els diferents elements que s'han d'aplicar a l'hora de dissenyar el producte audiovisual es detallen a continuació:

- Logotip Generalitat de Catalunya. Es reproduirà el logotip de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb la normativa del Programa d'identificació visual (PIV) <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>
- Logotip de l'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/>

Tot el material ha de complir amb els criteris necessaris que especifica la llei d'accessibilitat

- Vídeos: rodatge en exterior i interior segons necessitats i doblatge, si és necessari. Serà obligatòria la subtitulació dels productes audiovisuals a totes les seves versions.
- Tot el material elaborat ha de complir la normativa d'accessibilitat, segons les instruccions de l'ACdC. (subtitulacions, lectura automàtica de textos, contrast de colors...) - <https://web.gencat.cat/ca/ajuda/accessibilitat/>
- Tot el material elaborat ha de complir les recomanacions de l'Institut Català de les Dones, sobre l'aplicació de la perspectiva de gènere en la comunicació de les administracions públiques. <https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/390443/linstitut-catala-dones-presenta-guia-laplicacio-perspectiva-genere-comunicacio-administracions-publicues>

3.2.2 Correcció lingüística

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

3.2.3 Lliurament dels materials

La forma habitual de lliurament dels fitxers que continguin els materials de la campanya o de comunicació (inclòs el dossier amb la conceptualització de la proposta creativa) es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius, a l'ACdC.

En el cas d'internet es pot requerir la pujada dels materials a servidors de publicitat on-line.

4 Equip de treball

L'empresa adjudicatària designarà:



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 7 de 15

- La persona que assumirà el rol d'interlocutora única responsable de la gestió i la coordinació de l'execució del contracte amb l'Agència Catalana del Consum.
- La persona que realitzarà les funcions de coordinadora o responsable tècnic, per a la direcció, coordinació de les campanyes i materials comunicatius i dels diferents serveis associats.

A banda, caldrà que l'empresa adjudicatària compti amb el següent personal assignat al contracte:

- Director/a Creatiu/va, per a la definició de la conceptualització de campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- Director/a d'Art i Copy, responsable de la creativitat de la campanya i material de comunicació i del seu contingut.
- Cap d'estudi-Dissenyador gràfic, com a suport creatiu i disseny de les peces gràfiques.

Una mateixa persona podrà assumir fins a un màxim de dos (2) rols dels especificats anteriorment.

Per garantir la qualitat i continuïtat en la prestació del servei, l'empresa contractista procurarà l'estabilitat en el treball del personal destinat a l'execució d'aquest contracte, assegurant que en cas de substitució d'alguna de les persones treballadores es farà per altres que reuneixi les condicions necessàries per a una correcta execució del servei.

Qualsevol canvi en el personal responsable associat al contracte s'haurà d'informar prèviament i per escrit a l'equip de comunicació de l'ACdC.

En aquest punt, no es concreta el personal relatiu a les tasques de producció, atès que l'equip tècnic necessari en cada cas, vindrà determinat segons les sol·licituds de creativitat i materials comunicatius que realitzi l'ACdC durant la vigència del present contracte.

5 Durada del contracte

L'inici del termini d'execució del contracte serà des de la data de formalització del contracte i, tots els serveis encarregats mitjançant la present contractació, s'hauran d'haver executat abans del 30 de novembre de 2023.

No es preveu pròrroga.

5.1 Termini d'execució de la campanya i materials comunicatius

Independentment de la durada del contracte, atès que es tracta d'un servei a lliurar en diferents entregues durant l'any 2023, segons la tipologia dels elements que conformen la una campanya o cada material comunicatiu encarregat, els terminis màxims de lliurament són els que s'especifiquen en la següent taula:

Concepte/servei a prestar	Termini (dies naturals)
Definició de la idea, conceptualització i creativitat d'un espot	Màxim 10 dies
Definició de la idea, conceptualització, creativitat d'una falca	Màxim 5 dies
Definició de la idea, conceptualització i creativitat d'un anunci gràfic	Màxim 10 dies
Definició de la idea, conceptualització, i creativitat d'un anunci display per a internet o per a les xarxes socials	Màxim 20 dies



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 8 de 15

Producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions exteriors	Màxim 20 dies
Producció d'un espot amb rodatge i actors/actrius a localitzacions dins d'un plató o altres espais interiors	Màxim 20 dies
Producció d'un espot amb imatges d'arxiu	Màxim 10 dies
Producció d'un vídeo digital animat per a pantalles i xarxes	Màxim 10 dies
Producció d'un vídeo digital o infogràfic per pantalles i xarxes	Màxim 7 dies
Producció d'un original d'anunci gràfic produït amb imatges d'arxiu o amb il·lustració	Màxim 10 dies
Producció d'un original d'un anunci gràfic amb sessió fotogràfica	Màxim 10 dies
Producció d'un anunci display per a internet o per a les xarxes socials	Màxim 10 dies
Producció d'una falca amb 1 locutor/a Veu addicional en la locució de falques	Màxim 4 dies
Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès.	Màxim 4 dies
Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	Màxim 4 dies
Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior.	Màxim 4 dies
Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides display habituals (robaplanes doble, megabàner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet.	Màxim 4 dies
Producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (brand day, animació multimèdia, vídeo, etc.) per a la seva inserció al mitjà internet i a les xarxes socials.	Màxim 4 dies

Per a aquelles campanyes i materials de comunicació que contemplin la contractació de varis elements de producció, en cap cas els terminis seran sumatoris, sinó que s'hauran de lliurar d'acord amb els màxims establerts en aquest quadre, a comptar des de la data oficial de l'encàrrec per part de l'ACdC.

El termini de lliurament dels diferents serveis i materials, tindrà efecte a partir de la data d'encàrrec formal per part de l'equip de Comunicació de l'ACdC. En aquest sentit, es farà arribar una comunicació via correu electrònic en la qual es formalitza la petició, detallant les característiques i suport o suports que se sol·licitem. La data d'aquesta comunicació s'estableix com a data d'inici de termini per al lliurament dels serveis i material que s'encarreguen.

A fi d'establir un model de relació efectiu, durant la primera reunió que es porti a terme amb l'empresa adjudicatària, s'establirà els mecanismes de comunicació necessaris i les adreces electròniques que s'hauran de fer constar per a les comunicacions.

5.1 Calendari i cronograma

A partir de la data de formalització del contracte, es realitzarà una primera reunió de presentació de l'empresa adjudicatària per revisar el calendari de treball amb l'equip de Comunicació de l'ACdC. En aquesta primera reunió, haurà d'estar present, com a mínim, la persona interlocutora assignada per l'empresa adjudicatària, així com el personal de responsabilitat designat al contracte.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 9 de 15

S'estableix un mínim de sis (6) reunions de treball telemàtiques, o bé presencials, si així es considerés necessari.

- La primera, com a màxim als tres (3) dies hàbils després de l'adjudicació del contracte, per tal de fixar la planificació, els rols de cadascuna de les persones, i el model de relació comunicativa per a la correcta execució del contracte.
- En el cas d'encàrrec d'una campanya integral, es farà arribar el brifing a l'empresa adjudicatària del contracte. Passat cinc (5) dies hàbils, de la data d'entrega del brifing, es celebrarà una reunió amb l'objectiu de revisar la proposta creativa i pactar el calendari de treball amb l'equip de Comunicació de l'Agència Catalana del Consum.
- Les següents reunions es planificaran segons les necessitats del servei i l'evolució de les tasques pròpies del contracte.

L'equip de comunicació de l'Agència Catalana del Consum haurà d'estar present en tots els rodats que es realitzin.

Pel que fa a l'encàrrec de materials de comunicació, es podran realitzar reunions específiques, per tal de consensuar la idea i els formats corresponents.

En qualsevol cas, a més de les reunions presencials i/o virtuals síncrones, hi haurà altres vies de comunicació per al treball ordinari: correu electrònic, telèfon o unes altres, sempre en el context del treball d'oficina.

L'empresa adjudicatària també ha d'estar disposada a rebre a tècnics i responsables de l'ACdC en les seves instal·lacions, per efectuar reunions presencials. La intenció és que la flexibilitat i les possibilitats siguin màximes, perquè la relació resulti fluida i eficaç.

6 Preu del contracte

El preu d'aquest contracte és de 96.800,00 euros, i es desglossa de la manera següent:

Import:	80.000,00 €
Import total de l'IVA (21%)	16.800,00 €
Pressupost base de licitació (IVA inclòs)	96.800,00 €

Per tant, el **valor estimat del contracte** és de **80.000,00 euros**, IVA exclòs.

7 Forma de pagament

La quantitat anterior serà abonada per l'ACdC, dins els terminis legals corresponents, d'acord amb el següent:

- Atès que la contractació correspon a serveis a executar a demanda de l'ACdC durant l'any 2023, l'empresa adjudicatària haurà d'emetre una factura electrònica parcial al final de cada mes, sempre que s'hagin executat els treballs previstos. Les factures mensuals hauran d'especificar les campanyes o materials de comunicació executats i lliurats, segons l'encàrrec formalitzat per l'equip de Comunicació de l'ACdC.
- El format de la factura electrònica i signatura s'han d'ajustar al que disposa l'annex 1 de l'Ordre ECO/306/2015, de 23 de setembre, per la qual es regula el procediment de



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 10 de 15

tramitació i anotació de les factures en el Registre comptable de factures en l'àmbit de l'administració de la Generalitat de Catalunya i el sector públic que en depèn.

La plataforma e.FACT és el punt general d'entrada de factures electròniques de l'Administració de la Generalitat de Catalunya i del seu Sector Públic (acord GOV/151/2014, d'11 de novembre).

Als efectes de la factura electrònica, s'informa que la unitat tramitadora és l'Agència Catalana del Consum, l'òrgan gestor és el director de l'Agència Catalana del Consum, i l'oficina comptable és a Intervenció General de la Generalitat de Catalunya.

8 Altres condicions d'execució

8.1 Gestió de mitjans, materials, permisos i autoritzacions

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar, així com a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats.

Si cal sol·licitar algun permís o autorització pel que fa als rodats o qualsevol despesa que pugui generar aquesta autorització, correspondrà al contractista sol·licitar l'autorització, acreditar la seva obtenció i abonar qualsevol despesa que generi.

8.2 Programa d'identificació visual (PIV) i directiva europea d'accessibilitat web.

Aquest punt és d'obligat compliment i no s'acceptarà el material que no compleixi aquestes directives. La producció de tot el material s'ha de realitzar d'acord amb la normativa del programa visual (PIV) de la Generalitat de Catalunya, i de la UE si s'escau, i incorporar els logotips i textos de campanyes que s'especifiquin, sempre subministrats per l'ACdC. També serà obligatori el compliment de la directiva europea d'accessibilitat web que comporta la locució i subtitulació de tots els materials audiovisuals, i l'adaptació dels documents PDF per a ser llegits per lectors automàtics de textos.

Consultar directiva europea d'accessibilitat, d'obligat compliment:

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 recomanacions per a un disseny accessible (poca visió, lectors de pantalla, dificultats auditives, d'espectre autista, amb ansietat, amb dislèxia o amb discapacitats físiques o motores):

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

8.3 Propietat dels treballs

El o la contractista cedirà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxes socials, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 11 de 15

i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que l'Administració de la Generalitat de Catalunya, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui enregistrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a l'Administració de la Generalitat també en exclusiva, sense límit de temps i per l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que integri els productes audiovisuals, l'empresa adjudicatària haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre per un període de dos (2) anys, per tal que l'Administració de la Generalitat, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les en l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat.

El preu del contracte, un cop adjudicat a l'empresa adjudicatària, inclou els drets de tota propietat intel·lectual desenvolupada per a l'ACdC (sense límit de temps i àmbit universal), els drets d'imatge dels models o persones que apareguin en el material audiovisual i els drets de tot el material audiovisual (drets per a dos anys i àmbit universal).

A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

D'altra banda, i per al cas que es vulgui seguir utilitzant la campanya, el contractista es compromet a facilitar les dades professionals dels models emprats en la campanya prèvia autorització dels interessats, per poder acordar amb l'agència i/o persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si l'Administració de la Generalitat de Catalunya detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'Administració de la Generalitat de Catalunya pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

9 Consultes

Totes les consultes, informació relativa als plecs i el perfil del contractant s'han de gestionar accedint a l'enllaç "Dubtes i preguntes" de la secció "Tauler d'anuncis".



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 12 de 15

10 Annex – Brífung de l'exercici pràctic

10.1 Antecedents

L'Agència Catalana del Consum vol difondre una campanya informativa i de divulgació per fomentar el consum responsable a partir de comportaments més sostenibles, tenint en compte que la sostenibilitat no només fa referència al medi ambient, sinó que cal abordar-la també des d'altres àmbits: econòmic, social, etc.

El Codi de consum de Catalunya considera imprescindible incorporar el concepte de consum responsable, en la mesura que representa l'expressió d'una necessitat d'equilibri entre els aspectes socials, econòmics i ambientals presents sempre en l'àmbit del consum. Aquesta llei entén el consum responsable com un consum moderat, informat, reflexiu i conscient de béns i serveis, tot tenint en compte els criteris de sostenibilitat cultural, ambiental, socioeconòmica i lingüística.

Per tal de potenciar el coneixement d'aspectes claus relacionats amb el consum responsable, l'ACdC vol realitzar una campanya divulgativa i de conscienciació que ajudi a aclarir conceptes bàsics i a l'adopció d'hàbits de consum més sostenibles.

10.2 Objectiu de comunicació

L'objectiu principal és impactar sobre la ciutadania per conscienciar com és de positiu adoptar hàbits de consum responsable i sostenible a nivell individual i col·lectiu, en matèria econòmica i mediambiental.

Es tracta de transmetre a la ciutadania un missatge clar, mitjançant la comunicació d'un conjunt d'hàbits orientats a l'adopció de pràctiques de consum responsable.

10.3 Missatge i públic objectiu

Els missatges de la campanya, entesos com a idees força son els següents:

La crisi climàtica és una problemàtica global i els seus efectes tenen un impacte directe, tant a nivell col·lectiu com individual. Des de la perspectiva de les persones consumidores, es poden adoptar hàbits orientats a ajudar a reduir aquest impacte i les seves conseqüències negatives.

En aquest sentit, aquesta campanya ha de poder transmetre, d'una banda, el poder que tenim com a persones consumidores, generant consciència col·lectiva, per tal d'integrar aspectes com el **consum responsable**, l'**economia circular** i valorar les formes de **comerç sostenible** existents. Per tant, en primer lloc, la campanya ha de facilitar que els consumidors puguin identificar aquests comportaments sostenibles i els beneficis de posar-los en pràctica.

10.4 Públic objectiu

El públic destinatari de la campanya és tota la ciutadania de Catalunya en general ja que tots som persones consumidores.

10.5 To i estil

El contingut de la campanya és divulgatiu, per tant, el llenguatge ha de ser senzill i planer per tal que el missatge sigui entenedor i arribi a qualsevol perfil de persona consumidora,



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 13 de 15

independentment de la seva edat, formació o coneixements. Cal treballar en un **eslògan únic que identifiqui la campanya**.

La campanya ha de ser clara, afegint informació sobre les diverses opcions per tal d'adoptar un consum responsable i destacant que és un gest necessari. Ha d'haver-hi un *call to action*, cal que es percebin directament els beneficis que podem obtenir adoptant hàbits de consum responsable.

A més, sempre s'ha de comunicar en positiu, ja que volem destacar els beneficis i les bondats de l'adopció d'hàbits de consum responsable i sostenible.

10.6 Mitjans de la campanya

La campanya es basarà en una estratègia multimèdia centrada a: televisió, ràdio, premsa, exterior, online i xarxes socials.

L'estratègia de comunicació està oberta a qualsevol proposta de formats, materials, suggeriments o aportacions si es justifiquen adientment.

10.7 Elements de la comunicació

Els diferents elements que s'han d'aplicar a l'hora de dissenyar el producte audiovisual es detallen a continuació:

- Logotip Generalitat de Catalunya. Es reproduirà el logotip de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb la normativa del Programa d'identificació visual (PIV) <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>
- Logotip de l'Agència Catalana del Consum <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dempreses-i-treball/identificacions-del-Departament/agencia-catalana-del-consum/>

10.8 Canals de comunicació

Caldrà crear, dissenyar i produir totes les peces necessàries en funció de la proposta per a la difusió d'una futura difusió multicanal (facebook, twitter, Instagram, etc.).

Els productes audiovisuals han de tenir una coherència entre el missatge i els elements formals, així com una **integració de la imatge audiovisual i la imatge gràfica de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una acció global**.

10.9 Material de campanya

S'haurà de lliurar de forma detallada un dossier amb la conceptualització de la idea creativa proposada. Aquest dossier ha de contenir:

- Argumentari del concepte creatiu.
- Guió gràfic (story) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot. Es podrà també presentar una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.



Doc. original signat per:
Josep Lluç Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWIU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 14 de 15

- Fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció dels espots.
- Text-guions escrits de totes les falques de campanya.
- Proposta de la gràfica per al mitjà imprès i exterior
- Proposta per als mitjans digitals (internet i xarxes socials)
- Recursos gràfics i audiovisuals que es faran servir per dur a terme el projecte: superposició de text, infografies animades, imatges de recurs, etc. En cas de vídeos/espots, la proposta d'actors i localitzacions.
- A més, cal aportar un exemple d'un producte audiovisual elaborant anteriorment que faci servir els recursos i eines proposats.

10.10 Instruccions de lliurament del document

L'empresa licitadora ha de presentar un document en format PDF, detallant la proposta tècnica basada en el brífing proporcionat, en el qual s'especifiquin clarament tots els punts a desenvolupar. La documentació pot incorporar imatges i enllaços si s'escau.

L'extensió màxima, de la memòria tècnica, serà de 12 pàgines DinA4 i 25MB. La superació d'aquest límit d'extensió implicarà que el contingut dels fulls addicionals no seran objecte de valoració.

Lluc Arias Arias
Cap del Servei d'Estudis i Comunicació



Doc.original signat per:
Josep Lluc Arias Arias
11/05/2023

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/05/2026

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0JHWZXJF61XLAGNQYWU163QV4TANQUL

Data creació còpia:
17/05/2023 12:06:43

Pàgina 15 de 15