

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS

SERVEIS DE GRAVACIÓ, PRODUCCIÓ I EDICIÓ DE LA 2^a TEMPORADA DE LA WEBSÈRIE “LISA”, AMBIENTADA A LA UVIC-UCC

Núm. d'expedient FUB-202337

Clàusula 1. Objecte del contracte

L'objecte de la licitació és la contractació del servei de gravació, producció i edició d'una **2^a temporada de la websèrie “LISA”** per a la difusió de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya (en endavant, UVic-UCC). La websèrie ha d'estar ambientada a la UVic-UCC, ha d'anar enfocada a posar en relleu els valors d'aquesta Universitat en format d'humor i ha de comptar amb la participació d'un equip de professionals de primer nivell en el sector. El *branded content* ha d'estar coguionat amb l'equip de màrqueting i comunicació de la UVic-UCC. Per tant, serà una websèrie coproduïda per la UVic-UCC (amb els seus propis alumnes) i un equip de professionals de primer nivell.

Els serveis inclosos són:

- a) Conceptualització/creació del guió per a la websèrie.
- b) Aportació de diferents actors professionals de la websèrie, fent el càsting corresponent.
- c) Producció i planificació de les gravacions de la websèrie.
- d) Gestió i obtenció de drets d'imatge i permisos de filmació a les diferents localitzacions, si escau.
- e) Edició i muntatge de la websèrie.
- f) Llicència de les músiques utilitzades per la websèrie.
- g) Acció de màrqueting i difusió a gran escala.
- h) Programa de *mentoring* o tutelatge en els equips professionals per tal que els estudiants de la UVic-UCC en formació puguin participar de forma activa en el projecte.

Clàusula 2. Característiques tècniques

2.1 Objectius

La finalitat d'aquesta campanya de difusió i promoció de la UVic-UCC als principals mercats emissors té com a finalitat la mostra dels valors d'aquesta Universitat a través d'un consum àgil i de viralització fàcil. A més, pretén assolir els objectius següents:

- a) Reforçar el posicionament de la marca UVic-UCC en els diferents mercats.
- b) Emfatitzar els valors, els espais i la vida quotidiana de la UVic-UCC.
- c) Augmentar el nombre de seguidors de la UVic-UCC a les diferents plataformes i xarxes socials.
- d) Augmentar els recursos promocionals de la UVic-UCC.

2.2 Públic objectiu

Els diferents públics objectius a qui es dirigeix la websèrie són:

- a) Públic jove que consumeix online, amb un especial interès pel *target* pre-universitari.
- b) Les respectives famílies, amb entrevistes i notícies als mitjans de masses del país.

2.3 Protagonistes

Les empreses licitadores hauran de presentar una proposta d'actors professionals amb certa visibilitat per al públic objectiu.

2.4 Format dels vídeos

Per a la campanya promocional es crearà una websèrie de 4 episodis. Per a cadascun dels quatre episodis es produiran tres vídeos en formats diferents:

- a) 1 vídeo principal (el capítol de la websèrie), amb una durada aproximada de 8 minuts.
- b) 1 vídeo breu, de 40 segons aproximadament, adaptat per a les xarxes socials d'Instagram, Twitter, Facebook, etc., amb continguts seleccionats del vídeo principal.
- c) 1 càpsula de 6 segons per a campanyes a diferents plataformes, amb continguts seleccionats del vídeo principal.

A banda dels vídeos de la websèrie, caldrà produir un *teaser* genèric de tota la campanya en tres formats diferents, que es publicarà prèviament al llançament de la sèrie per tal de fer-ne promoció i difusió.

Caldrà produir el *teaser* en diferents formats:

- a) 1 vídeo *teaser* genèric d'entre 2 i 3 minuts.
- b) 1 vídeo *teaser* genèric d'entre 40 i 60 segons, adaptat a les xarxes socials d'Instagram, Twitter, Facebook, etc.
- c) 1 càpsula de 6 segons genèrica per a campanyes a diferents plataformes.

2.5 Estructura dels vídeos

L'empresa adjudicatària haurà de definir l'estructura dels capítols, per tal de donar homogeneïtat a la sèrie i que tots els capítols tinguin el mateix format i disseny.

Caldrà aplicar aquesta estructura a tots els vídeos principals; serà la següent:

- a) Cada capítol tindrà la mateixa entradeta i tancament, amb l'objectiu que s'identifiqui amb la campanya principal.
- b) Caldrà reflectir la vida quotidiana de la UVic-UCC i imatges dels diferents espais i entorn de la Universitat, a Vic.
- c) La llengua utilitzada serà exclusivament el català.
- d) S'inclouran subtítols en les llengües sol·licitades (com el castellà o l'anglès), si escau.

2.6 Ús i difusió

Els vídeos es publicaran al canal de la plataforma de YouTube de la UVic-UCC. Els vídeos adaptats es penjaran a les principals xarxes socials de la UVic-UCC (Instagram, Facebook, Twitter). Les càpsules estaran destinades a fer difusió i anunciar el llançament dels altres vídeos, de manera que es faran campanyes a les diferents plataformes i xarxes socials.

Tots els vídeos es podran difondre també a través de les xarxes socials dels protagonistes i les empreses i institucions que es creguin oportunes.

L'estrena de la websèrie s'ha de consumir amb un esdeveniment que approximi a un gran nombre de persones. Aquest ha de permetre mostrar el talent i l'èxit de la proposta donant-li un aire d'estrena cinematogràfica.

2.7 Calendari del projecte i termini d'execució

La gravació i edició de la websèrie es durà a terme durant els mesos posteriors a l'adjudicació del contracte.

El termini de durada del contracte és el període de temps comprès entre la data de la seva signatura i la de recepció de l'última de les prestacions previstes en el programa de treball aprovat.

El termini de durada no pot ser superior al mes de maig de 2024, data en que ha de constar executat completament el contracte.

L'execució del contracte s'ha d'iniciar en el termini màxim d'un (1) mes a partir de la data de la formalització. Llevat que la tramitació de l'expedient no ho permeti, està previst que l'execució del contracte comenci durant el mes de desembre de 2023.

Clàusula 3. Requeriments tècnics del projecte

3.1 Equip tècnic requerit

L'adjudicatària haurà de garantir un equip tècnic format, com a mínim, per un cap de projecte i un tècnic especialista en l'objecte del contracte, a fi i efecte de donar compliment a l'experiència, coneixements i requisits tècnics exigits.

Cap de les persones que indiquin els licitadors podran ostentar a la vegada més d'una figura del personal mínim sol·licitat.

3.2 Coneixements i serveis requerits

L'empresa adjudicatària ha de disposar de coneixements i experiència suficients per a la prestació dels serveis següents:

- a) Producció, gravació i edició de vídeo.
- b) Disseny de so.
- c) Ús de programaris professionals d'edició de vídeo.
- d) Comunicació *online*.
- e) Xarxes socials.
- f) Disseny gràfic.

3.3 Necessitats tècniques requerides

L'empresa adjudicatària ha de disposar de material propi per a l'enregistrament de vídeo del projecte, que haurà d'estar compost per un mínim de:

- a) Càmera d'una resolució mínima 4K i amb possibilitat de gravar a un mínim de 50 fotogrames per segon i objectius de gran angular.
- b) Gravadora de so (tipus HZoom o equivalent).
- c) Programari professional d'edició de vídeo.

Clàusula 4. Comissió de seguiment i validació

L'empresa adjudicatària haurà de treballar sota la supervisió i comptar amb el vistiplau de:

- a) El gerent de la UVic-UCC.
- b) El responsable de l'Àrea de màrqueting, o persona en qui delegui.
- c) El degà de la Facultat d'Empresa i Comunicació, o persona en qui delegui.

La comunicació serà via correu electrònic, telèfon i atenció personal amb reunions fixades sempre que es consideri oportú per ambdues parts.

En cas que alguna de les persones esmentades ho consideri necessari podrà demanar a l'empresa adjudicatària un informe mensual sobre l'estat de les accions i gestions que es realitzin en relació a la contractació, a part de l'informe corresponent a les justificacions per al cobrament.

La periodicitat de les reunions vindrà determinada segons les necessitats del projecte i per tot allò especificat en la clàusula 2 d'aquest plec.

Vic, a data de la signatura