



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ INTEGRAL DELS CANALS DE COMUNICACIÓ I DE LES XARXES SOCIALS DEL PALAU ROBERT, QUE COMPREN LA CONCEPTUALITZACIÓ, CREACIÓ I PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS, AIXÍ COM EL DISSENY D'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ, SOTA LES DIRECTRIUS DE L'ÀREA DE COMUNICACIÓ DE LA DIRECCIÓ GENERAL DE DIFUSIÓ

Expedient: PR-2024-45

1. Objecte del contracte

L'objecte d'aquesta contractació administrativa és el servei de gestió integral dels canals de comunicació i de les xarxes socials del Palau Robert, que comprèn la conceptualització, creació i producció de continguts, així com el disseny d'estratègia de comunicació, sota les directrius de l'Àrea de Comunicació de la Direcció General de Difusió. Es gestionaran les xarxes socials, es crearan i produiran continguts multimèdia per a plataformes online i diferents suports audiovisuals, com les pantalles exteriors i interiors, amb l'objectiu de promoure la presència dels visitants a les exposicions.

2. Característiques tècniques de les prestacions del contracte

Les diferents tasques o serveis a dur a terme es poden agrupar de la forma següent:

- 1) Estratègia i gestió de continguts i difusió xarxes socials.
- 2) Producció de peces creatives de comunicació per a totes les exposicions i activitats vinculades, així com altres propostes del Palau Robert, com el festival de música jove *Clotilde Fest*, i altres projectes que es concretin.
- 3) Cobertura digital de les inauguracions i altres activitats del Palau Robert.
- 4) Estratègia d'interacció in-situ i viralització digital del Palau Robert.
- 5) Suport específic en la relació amb els mitjans de comunicació en moments de màxima activitat del Palau Robert (inauguracions, actes o coincidència d'exposicions).

A continuació es detallen cada una de les accions plantejades.

Estratègia i gestió de continguts i difusió xarxes socials

L'aplicació del Pla de comunicació del Palau Robert inclou reunions periòdiques setmanals de coordinació i seguiment, la calendarització i planificació de continguts a publicar a Instagram, a Facebook i a Twitter i, experimentalment i optativa, a d'altres xarxes socials, especialment a aquelles més properes a la joventut, com ara Tik Tok, IGTV o altres, així com un informe d'anàlisi de KPIs, que s'entregarà de manera mensual.

Així mateix, per la pròpia dinàmica de les tasques d'estratègia de comunicació, en el si de les reunions periòdiques de seguiment, es poden aportar propostes de mecanismes per detectar i analitzar noves tecnologies, solucions i plataformes que puguin ser d'interès per l'equip de comunicació del Palau Robert, com podrien ser eines del metavers.

Caldrà dur a terme una estratègia de difusió micro-segmentada als diferents públics objectius del Palau Robert segons edat, territori i interessos. L'objectiu a complir és arribar a un milió d'impactes al mes.

Caldrà escollir les promocions de les peces creatives que es volen promocionar a les xarxes. La gestió de la promoció la fa la Direcció General de Difusió (Àrea de Publicitat).

El Palau Robert lliurarà a l'empresa contractista que gestioni les xarxes el document setmanal dels actes previstos al centre. També lliurarà les informacions i materials de què disposi de cada exposició o activitat. El contractista facilitarà a la DGD la plataforma necessària per fer-ne la planificació i el seguiment.

Pel que fa a l'agenda, caldrà tenir present que sovint s'introdueixen canvis i nous actes a les previsions; no és una agenda tancada sinó viva i subjecta a variacions.

Producció de peces creatives de comunicació

- Vídeo spot

Producció d'un vídeo impactant per a cada una de les exposicions o activitat rellevant del Palau Robert, de 30-60 segons de durada, que cridi l'atenció del públic objectiu a peu de carrer i els convidi a visitar la mostra.

Aquest vídeo es produirà en format d'alta qualitat per projectar-lo a la pantalla que es trobarà a la façana del Palau Robert.

Es calcula que més de 35 mil persones es passegen cada dia pel Passeig de Gràcia, fet que amb la projecció d'aquest tipus de vídeo, ha d'incrementar el número de visites al Palau Robert. El número de vídeos spot pantalla out s'estima en una forquilla d'entre 13 i 20 a l'any.

- Vídeo wall

Producció d'un vídeo impactant sobre la inauguració de cada una de les exposicions o activitat rellevant, de 10-20 segons de durada, que convidi a visitar la mostra.

Aquests vídeos aniran projectats al vídeo wall del hall del Palau Robert i també serà difós a les xarxes socials. Es tracta d'un format audiovisual que combina imatges de l'exposició amb les de la inauguració. En aquest cas, se seleccionaran les imatges i dades més destacades de l'exposició que es combinaran amb còpys creatius. El número de vídeo wall s'estima en una forquilla d'entre 13 i 20 a l'any.

Aquests vídeos presenten les següents característiques:

- Dimensions en format rectangular (1024 x 576, pantalla out).
- Àudio de recurs que acompanyarà les imatges. Llicència inclosa.

El vídeo es publicarà amb un còpy que destacarà la informació de cada una de les exposicions o activitat rellevant.

- **Fotografies i GIFS**

Realització d'una quarantena de sessions fotogràfiques per al conjunt d'exposicions i altres activitats destacades del Palau Robert, i creació de GIFS de 3-4 segons de durada, mensualment, per comunicar-les.

En determinades exposicions i activitats es demanaran fotos de sala de l'exposició que es podran utilitzar per al web, xarxes socials, sala de premsa i dossier de premsa.
El número de sessions i de GIFS s'estima en una forquilla d'entre 35 i 50 a l'any.

Cobertura digital de les inauguracions de les exposicions o altres activitats rellevants

Cobertura digital dels actes inaugurals de les exposicions i altres activitats del Palau Robert. Aquesta cobertura inclou la publicació de fotografies i fragments de vídeo a Instagram stories, Facebook i Twitter, així com a les noves xarxes socials que es puguin incorporar a la comunicació del Palau Robert en el decurs de l'execució del contracte. També inclou una publicació resum de l'acte a Facebook i a Instagram i emissions en directe d'alguns actes.

Seguiment del nivell d'acceptació quantificable de les publicacions.

El número de cobertures s'estima en una forquilla d'entre 35 i 50 a l'any.

Estratègia d'interacció in-situ i viralització digital del Palau Robert

Les tasques d'estratègia in-situ són la concreció de propostes d'interacció que podrien sorgir en un futur al Palau Robert que siguin subjectes a la possibilitat de viralització.

Un exemple podria ser la creació d'un punt *selfie* fix, possibilitant que l'usuari creï contingut per si mateix i etiqueti als comptes de comunicació social del Palau Robert, apropant l'*User Generated Content*.

Suport específic en relació amb els mitjans de comunicació

En moments de màxima activitat, d'acord amb les competències atribuïdes segons el Decret 289/2022, de 2 de novembre, de reestructuració del Departament de la Presidència, l'Àrea de Comunicació de la DGD pot necessitar suport per dur a terme totes les tasques que, simultàniament, li són encarregades. Aquest pot ser el cas dels dies previs a una inauguració, d'inauguració i/o posteriors a una inauguració amb gran exigència mediàtica, per exemple. O quan coincideixen dues o més exposicions o activitats amb necessitats específiques a l'àmbit de la comunicació:

- Seguiment de trameses de convocatòries, notes i dossiers adreçats als mitjans
- Interlocució amb els mitjans per a confirmacions d'assistència
- Actualització de dades dels mitjans i les seves àrees
- Necessitats de suport per a contactes amb altres gabinets de comunicació

3. Personal encarregat de l'execució del contracte

L'empresa contractista haurà de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant la DGD, expressant el nom i cognoms, correu electrònic i telèfons fix i/o mòbil de l'empresa.

Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i els responsables de la DGD i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant la DGD i com a director/a tècnic/a, aquesta persona durà a terme el seguiment i control de l'execució del contracte a nivell econòmic i tècnic; l'emissió de les certificacions i facturació dels serveis realitzats; la resolució de les incidències que puguin sorgir, així com el lliurament de la informació i documentació que la DGD sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte, a més la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte conjuntament amb la persona responsable assignada per part de la DGD.

Amb aquesta finalitat, l'empresa contractista designarà la persona responsable per dur a terme aquesta direcció tècnica, amb l'adequada qualificació tècnica i professional.

Qualsevol substitució d'aquesta persona haurà de ser comunicada al responsable de comunicació de la DGD per al seu coneixement i amb una antelació mínima de 5 dies hàbils. La DGD es reserva el dret de demanar, en qualsevol moment, la substitució de qualsevol persona designada per una altra de la mateixa condició, perfil i experiència professional.

El/la representant i director/a tècnic/a de l'empresa contractista vetllarà pel correcte compliment de tots els aspectes contemplats al punt 2. Així mateix, es farà responsable de la correcció lingüística de la cobertura escrita de les exposicions o altres activitats del Palau Robert, i assignarà a l'execució del contracte les persones necessàries per al correcte desenvolupament de les tasques encomanades.

El personal encarregat de l'execució del contracte disposarà de l'experiència professional mínima o les titulacions indicades:

- Director/a tècnic/a:
 - o Experiència mínima de 10 anys en l'àmbit de la comunicació corporativa i institucional, i una experiència mínima de 5 anys en l'àmbit de les xarxes socials.
 - o Certificat de nivell de suficiència de català C.1 de la Direcció General de Política Lingüística, del Consorci per a la Normalització Lingüística o del Govern d'Andorra, o equivalent
- Persones encarregades de la publicació de continguts a les xarxes socials o altres formats:
 - o Certificat de nivell superior de català C.2 de la Direcció General de Política Lingüística, del Consorci per a la Normalització Lingüística o del Govern d'Andorra, o equivalent.
- Resta de persones destinades a l'execució del contracte:

- Certificat de nivell de suficiència de català C.1 de la Direcció General de Política Lingüística, del Consorci per a la Normalització Lingüística o del Govern d'Andorra, o equivalent.

4. Lliurament dels treballs i terminis

Tots els elements creatius com vídeos o gifs (incloses les vídeo-entrevistes) s'han de presentar primer per correu electrònic a l'adreça que facilitarà l'Administració en el moment de l'execució del contracte, per obtenir el vistiplau de la DGD, excepte les informacions que s'han de publicar d'una manera instantània: actes inaugurals d'exposicions, actes vinculats a les exposicions, visites de premsa, concerts o presentacions. Cal que l'empresa pugui garantir de forma inequívoca i absoluta la correcció lingüística de tots els textos generats en qualsevol dels formats de les comunicacions online i offline de la DGD.

L'entrega dels vídeos spot es realitzarà com a màxim en cinc dies laborables (de dilluns a dissabte) des de l'enregistrament en brut. Es valorarà la millora sobre aquest termini d'acord amb l'indicat al PCAP.

Les tasques objecte d'aquest contracte es duran a terme, com a màxim, de dilluns a dissabte no festius, en horari de 8 a 20 hores. Excepcionalment, es podrà demanar a l'empresa contractista la realització de feines fora d'aquest horari, sense cost afegit, si alguna circumstància extraordinària ho requerís, com per exemple, accions imprevistes per part d'algun membre del Govern o personalitat destacada que es pugui considerar rellevant per a la imatge de la Generalitat o de la pròpia DGD.

No s'estableixen terminis parcials per a la realització de les tasques objecte del contracte.