



## **PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE CONCEPTUALITZACIÓ I DESENVOLUPAMENT CREATIUS, DISSENY GRÀFIC I PRODUCCIÓ FINS A MÀSTERS I PER A L'ADAPTACIÓ DE LA CREATIVITAT DE LES CAMPANYES I ACCIONS DE COMUNICACIÓ DEL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ D'ECONOMIA I RECURSOS, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE**

---

### **1. CONTEXT I ANTECEDENTS**

El Departament de Comunicació d'Economia i Recursos és el responsable de donar a conèixer i fer difusió de les accions, programes i serveis dels àmbits de treball de les seves àrees.

Amb l'objectiu de donar visibilitat i fer arribar la informació als diferents públics objectius es fa necessària la planificació i execució de campanyes i accions de comunicació que es concreten en diversos productes off i on line. L'elaboració d'aquests productes necessita del disseny d'una creativitat que, posteriorment, s'adapta a les diferents peces, tamany i formats que es distribuïran a través dels canals off i on line, externs i interns amb que compta l'Ajuntament de Barcelona.

En la conceptualització creativa de qualsevol campanya de publicitat cal tenir en compte la creativitat per als canals propis de la comunicació digital, com ara els entorns web i les xarxes socials. També s'inclou la realització de diferents peces promocionals per als webs municipals i, en cas que es consideri necessari, el disseny i la conceptualització del web de campanya, que haurà de seguir els requeriments tècnics que es determinin.

### **2. OBJECTE DEL CONTRACTE**

L'objecte del contracte és la conceptualització de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació encarregades en el marc d'actuació del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos de l'Ajuntament de Barcelona. Les campanyes s'han de desenvolupar creativament, amb disseny gràfic i la producció dels màsters. Un cop definida la campanya si s'escau, cal l'adaptació de la creativitat en diferents peces comunicatives off i on line, segons necessitats i la maquetació off i on line de productes comunicatius. D'altra banda, també es contempla l'adaptació de campanyes de comunicació endegades per la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona que s'han d'adaptar a les àrees que depenen del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.

L'objecte del contracte és la prestació dels serveis per a la conceptualització de campanyes de comunicació i l'adaptació, amb el següents serveis:

- Conceptualització de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació amb el disseny i la producció dels màsters.
- Adaptacions de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació

L'empresa o empreses adjudicatàries hauran de donar suport al desenvolupament del pla de comunicació del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, que contempla la difusió de continguts de les diferents àrees.



CPV 79341000-6 – Serveis de Publicitat (Lot 1)

CPV 79822500-7 – Serveis de disseny gràfic (Lot 2)

### **3. LOTS DEL CONTRACTE**

**LOT 1:** conceptualització de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació amb el disseny i la producció dels màsters.

**LOT 2:** adaptacions de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació.

## **4. LOT 1: CONCEPTUALITZACIÓ DE LA CREATIVITAT DE LES CAMPANYES I ACCIONS DE COMUNICACIÓ AMB EL DISSENY I LA PRODUCCIÓ DELS MÀSTERS**

### **4.1. OBJECTIUS**

- Respondre als objectius de comunicació de cadascuna de les accions i projectes de comunicació
- Comunicar els productes, serveis i/o actuacions corresponents
- Informar al ciutadà, crear conscienciació i generar interaccions
- Informar, difondre i estendre les accions de comunicació de les diferents àrees del Departament
- Contribuir a la generació de sinèrgies en els diferents sistemes econòmics de la ciutat
- Informar i difondre les iniciatives que es duguin a terme des de les diferents àrees del Departament
- Visibilitzar els projectes i iniciatives que desenvolupen els diferents agents que treballen per al desenvolupament de la ciutat

### **4.2. PÚBLICS OBJECTIUS**

El públic objectiu es determinarà a cadascun dels brifings de l'acció de comunicació . Entre altres, el públic objectiu podrà ser:

- Públic general: tota ciutadania de Barcelona.
- Públic específic: una part de la ciutadania, en funció del servei o actuació que es vulgui comunicar.
- Públic sectorial: una part del teixit econòmic de la ciutat

### **4.3. ABAST I PRESTACIÓ DEL LOT 1**

Els serveis objecte del contracte consistiran en la conceptualització de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació amb el disseny i la producció dels màsters.

En funció de la naturalesa del projecte o acció de comunicació, es podrà encarregar a l'empresa la conceptualització creativa des de zero. En altres casos, el concepte creatiu podrà venir donat des del propi Departament de Comunicació d'Economia i Recursos i l'encàrrec a l'empresa adjudicatària inclourà només el desenvolupament gràfic del concepte creatiu.



En funció de l'abast comunicatiu, cada acció de comunicació requerirà d'un número variable de màsters de peces de comunicació.

Cada encàrrec d'acció o projecte de comunicació tindrà unes característiques específiques i inclourà uns serveis concrets que es detallaran per mitjà d'un brífing que proporcionarà el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos a l'empresa adjudicatària.

En concret, es podran encarregar un o diferents dels següents serveis

**Bloc A.1 - Serveis creatius:**

- Servei de conceptualització creativa i direcció d'art
- Servei de disseny original (a partir de concepte creatiu ja donat o marques preexistents) i aplicació sobre una peça màster
- Altres serveis similars

**BLOC A.2 – Serveis de màsters, arts finals i altres**

- Servei de màster i art final d'impressió de cartell opi
- Servei de màster i art final d'impressió de cartell
- Servei de màster i art final d'impressió de banderola i/o veneciana
- Servei de màster i art final d'impressió d'elements de papereria: flyer, díptic, tríptic, fullet plegat...
- Servei de màsters digitals de bàners estàtics i dinàmics
- Servei de màsters digitals de bàners dinàmics específics per a xarxes socials
- Servei de màster digital de disseny web
- Servei de guió i direcció de peça audiovisual
- Servei de guió de falca de ràdio
- Altres serveis similars

**BLOC B – Serveis de creació o compra d'il·lustracions i pictogrames**

- Servei de creació o compra d'il·lustracions
- Servei de creació de pictogrames
- Altres serveis similars

**BLOC C – Serveis d'identitat gràfica**

- Servei d'identitat de marca d'escala mitjana
- Servei d'identitat de marca de petita escala
- Servei de disseny de logotip i sistema d'aplicació
- Altres serveis similars

**BLOC D – Serveis de disseny i maquetació de guies, llibrets i documents**

- Servei de conceptualització del disseny i direcció d'art
- Servei d'aplicació de disseny i arts finals
- Servei de maquetació de pàgina addicional
- Altres serveis similars

**BLOC E – Serveis de comunicació gràfica d'accions de comunicació exclusivament digitals**

- Serveis de conceptualització creativa, direcció d'art i disseny gràfica d'una acció de comunicació digital
- Altres serveis similars

**BLOC F – Serveis de disseny d'infografies i motion graphics**

- Serveis de conceptualització creativa, copy i disseny d'infografia dinàmica amb animacions senzilles per a xarxes socials i display
- Servei de motion graphics
- Altres serveis similars



L'empresa adjudicatària només desenvoluparà les accions i projectes de comunicació fins al lliurament dels màsters que s'encarreguin. En aquest lot 1, no s'hi inclouen les adaptacions.

Per dur a terme els encàrrecs, l'empresa adjudicatària d'aquest concurs haurà de treballar en col·laboració amb els equips que designi el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos per a cada encàrrec.

#### **4.4. REQUERIMENTS**

##### **4.4.1. Recursos humans**

Per a la prestació del servei requerit l'empresa assignarà l'equip tècnic necessari per dur a terme les tasques encomanades. Aquest equip inclourà aquests perfils:

##### **1 director/a creatiu/va** (Director/a creatiu/va, tècnic nivell 3)

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Dur a terme la conceptualització de les campanyes
- Trobar la formalització dels missatges que es volen transmetre
- Determinar els elements que definiran la campanya
- Verificar i seguir de desenvolupament del projecte
- Responsabilitzar-se de l'acompliment dels objectius de comunicació
- Generar de l'expressió de la comunicació de les accions i campanyes
- Desenvolupar, si cal, estratègies creatives

##### **1 director/a d'art** (Director/a creatiu/va, tècnic nivell 3)

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Generar la idea de la campanya
- Establir els elements definidors de les accions de comunicació
- Plasmar gràficament la idea força
- Donar el vistiplau a les arts finals

##### **1 copywriter o redactor/a publicitari/ària** (Redactor/a/Copy Senior, tècnic nivell 3):

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Crear el contingut de la campanya
- Redactar i desenvolupar textos en català (inclòs el guió de la falca de ràdio), i fer la correcció ortogràfica dels continguts.
- Adequar l'estratègia de comunicació al to i l'estil necessaris
- Orientar el relat de la campanya
- Aplicar els missatges a diferents suports
- Afegir valor a la conceptualització
- Conèixer el públic objectiu
- Adaptació a plataformes, dinàmiques i formats
- Definir les paraules claus per al SEO



**1 gestor/a de projectes** (Cap de planificació//de projecte, tècnic nivell 3)

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Participar en l'estratègia de comunicació
- Dirigir els equips de treball, planificar i assignar tasques
- Coordinar i seguir tots els projectes i tasques encarregades
- Interlocutar amb els referents de l'Ajuntament de Barcelona
- Seguir amb el compliment dels calendaris presentats i aprovats per l'Ajuntament
- Vetllar per al compliment dels objectius i estratègia, imatge i contingut, i la seva correcta edició i publicació
- Detectar els possibles entrebancs que puguin posar en perill l'execució del projecte i reportar-les al referent corresponent de l'Ajuntament

**1 dissenyador/a gràfic/a** (Dissenyador/a, tècnic nivell 4)

Experiència professional: 1 any en un lloc de treball similar

Funcions:

- Transmetre els missatges a través del llenguatge visual
- Aplicar els continguts de campanya als màsters de la campanya
- Establir les bases de la gràfica de la campanya
- Treballar de forma conjunta amb l'equip creatiu per acordar els elements de la campanya gràfica
- Dissenyar d'infografies i altres peces creatives en format estàtic
- Determinar els formats necessaris per a la campanya digital
- Desenvolupar les aplicacions animades de la imatge de marca (GIFS, infografies animades, vídeos,...)
- Adequar, si és necessari, el material de campanya al llenguatge animat
- Aplicar la identitat gràfica corporativa, seguint els manuals de [normativa gràfica](#) de l'Ajuntament de Barcelona així com contemplar, en tot moment, la [Guia de Comunicació Digital](#) que ha coordinat la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona

L'empresa adjudicatària haurà d'aportar la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per donar servei i portar a terme encàrrecs que es facin de forma simultània.

El Departament de Comunicació d'Economia i Recursos durà a terme la supervisió, avaluació i aprovació de cada servei.

L'empresa ha de designar un responsable únic que serà l'interlocutor amb el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.

#### **4.4.2. Desenvolupament del servei**

A l'inici de l'encàrrec, el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos facilitarà un briefing de l'acció o projecte de comunicació de l'empresa adjudicatària. Aquest document descriurà, entre altres aspectes:

- Context i antecedents
- Objectius de comunicació
- Públic objectiu



- Concepte creatiu (en els casos que el proporcioni el Departament de Comunicació)
- Llista de servicis que s'encarreguen
- Calendari de treball
- D'altres elements que siguin necessaris per al desenvolupament del servei

El brifing es farà arribar a l'empresa adjudicatària amb la suficient antelació paer a l'efectiva prestació del servei.

Per a la presentació d'aquest brifing, el DEP Departament de Comunicació d'Economia i Recursos podrà convocar a l'empresa adjudicatària a una reunió presencial a les dependències municipals.

Un cop rebut l'encàrrec, en un màxim de 3 dies hàbils, l'empresa adjudicatària enviarà al Departament de Comunicació d'Economia i Recursos el pressupost desglossat pels serveis sol·licitats. Els pressupostos es presentaran en format PDF, hauran d'anar sempre signats i segellats i hauran de desglossar l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no de l'impost, es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA. L'Ajuntament de Barcelona haurà d'acceptar expressament el pressupost abans de la posada en marxa dels serveis.

Un cop acceptat el pressupost, si no s'especifica altra data en el calendari de treball, passat un màxim de 14 dies hàbils l'empresa adjudicatària exposarà la proposta creativa i/o disseny en una reunió presencial o virtual amb el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.

Després de valorar la proposta, la Direcció de Serveis Publicitaris indicarà a l'empresa adjudicatària si accepta la proposta o si requereix modificacions, indicant el termini per introduir-les. L'empresa s'haurà d'ajustar en tot moment als canvis proposats pel Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, o per qui es designi, sobre la creativitat i qualsevol altre element proposat.

Una vegada la proposta obtingui la conformitat del DE Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, l'empresa adjudicatària disposarà de 12 dies hàbils per lliurar els màsters encarregats.

### **Terminis de lliurament dels encàrrecs**

<b>Pressupost</b>	<b>Temps màxim requerit</b>
Desglossat dels serveis sol·licitats	3 dies hàbils
<b>Disseny i adaptació</b>	<b>Temps màxim requerit</b>
Proposta creativa i/o disseny	14 dies hàbils
Lliurament dels màsters	12 dies hàbils

L'empresa adjudicatària haurà de tenir disponibilitat de dilluns a divendres de 9 h a 18 h. Es demana flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites comunicatives. També haurà de disposar, quan així es requereixi d'un, servei per encàrrecs urgents fora de l'horari establert i en festius.



L'empresa adjudicatària haurà d'aplicar el logotip de l'Ajuntament de Barcelona en totes aquelles peces, exportacions i adaptacions que requereixi el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, segons les especificacions del Manual 5 de Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>).

#### **4.4.3. Reunions**

A demanda del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos hi haurà reunions preferentment a les dependències municipals, en les quals es podrà fer un repàs exhaustiu dels encàrrecs, així com del calendari de treball proposat i s'establiran prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament dels serveis encarregats.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal de l'empresa adjudicatària per assistir a aquestes reunions, aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

#### **4.4.4. Arxius i formats**

Els diferents màsters i arts finals es lliuraran en el format que determini al brínging o que determini el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos. Els formats més habituals que podran requerir-se són:

- Arxiu PDF en alta resolució
- Arxiu PDF en baixa resolució
- Arxiu en JPG
- Arxiu en GIF
- Arxiu en MP4

#### **4.4.5. Còpies de seguretat**

L'empresa adjudicatària ha de disposar d'un sistema de seguretat del material editat.

#### **4.4.6. Correcció ortogràfica i gramatical**

En tot cas l'empresa adjudicatària haurà de garantir en tot moment la correcció ortogràfica i la coherència amb l'estil de redacció de continguts de l'Ajuntament de Barcelona.

#### **4.4.7. Accessibilitat i normativa gràfica**

En totes les tasques que s'han de dur a terme, l'empresa adjudicatària tindrà en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària podrà guiar-se per les indicacions especificades al Manual d'Identitat Gràfica Municipal, Capital 5 "Aplicació de la signatura municipal en elements de comunicació" que es pot trobar en el següent enllaç: <https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/CAPITOLS/CAP5.pdf>

Totes les peces hauran de tenir la validació de Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona, sense aquesta validació cap peça comunicativa estarà enllestida.

#### **4.4.8. Altres requeriments**

- Totes les peces i materials de comunicació desenvolupats per dur a terme aquest servei seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona, Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.
- En totes les tasques que s'han de dur a terme cal tenir en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals



<https://ajuntament.barcelona.cat/dretssocials/sites/default/files/arxius-documents/GuiaDissenyAccessibleInDesignAccessible.pdf>

- La tipografia que es triï ha de ser, preferiblement, de llicència lliure.
- L'empresa adjudicatària ha d'estar disposada en qualsevol moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir el departament de Comunicació, tant si es tracta d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, etcètera.

## **5. LOT 2: ADAPTACIONS DE LA CREATIVITAT DE LES CAMPANYES I ACCIONS DE COMUNICACIÓ**

### **5.1. OBJECTIUS**

- Adaptar la creativitat dels projectes i campanyes de comunicació als diferents formats i suports per a la correcta difusió en els canals de comunicació
- Aplicar de forma coherent, entenedora i atractiva pel públic de les campanyes
- Adequar les creativitats als diferents targets de comunicació, establerts per el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.
- Ajustar les peces comunicatives al llenguatge de cada canal
- Donar compliment a l'aplicació de la identitat gràfica corporativa i els diferents manuals i layouts temàtics de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui aplicar-la.

### **5.2. ABAST I PRESTACIÓ DEL LOT 2**

En funció de l'abast comunicatiu, cada campanya o acció de comunicació que es gestiona des del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos requereix un número variable d'adaptacions.

Així, el número d'adaptacions variarà per a cada campanya o acció de comunicació, i es concretarà per mitjà un brífing que proporcionarà el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos a l'empresa adjudicatària.

Per dur a terme les adaptacions, l'empresa adjudicatària comptarà amb els arxius oberts que hagi generat l'agència creativa que hagi conceptualitzat la creativitat de la campanya o acció de comunicació, que seran proporcionades pel Departament de Comunicació d'Economia i Recursos. A partir d'aquests arxius, l'empresa adjudicatària durà a terme les tasques de disseny gràfic i producció necessàries per adaptar les peces requerides, incloent, entre d'altres:

- Adaptar la composició gràfica de cada peça
- Redistribuir els elements gràfics, sempre respectant la jerarquia del concepte creatiu original
- Retocar els cossos tipogràfics per facilitar una lectura adequada del contingut
- Crear animacions gràfiques per a peces en moviment
- Desenvolupar la producció de falques de ràdio

En concret, podran encarregar-se l'execució d'una o vàries de les següents adaptacions, que es classifiquen segons Blocs de serveis definits en funció del tipus de suport publicitari/comunicatiu:





**BLOC A: suports exteriors**

- Banderoles
- Opis
- Autobusos

**BLOC B: premsa impresa i revistes**

- Plana completa
- ½ pàgina
- Robapàgines

**BLOC C: cartelleria**

- Octaveta, flyer, postal...
- Flyer
- Cartells

**BLOC D: esdeveniments i actes**

- Trassera

**BLOC E: editorial i publicacions**

- Fullets
- Llibrets
- Catàlegs

**BLOC F: suports audiovisuals**

- Versions del vídeo màster
- Falques de ràdio
- Infografies animades

**BLOC G: display (premsa digital)**

- Megabanner
- Billboard
- Trencaplanes
- Brand day
- Preroll

**BLOC H: xarxes socials**

- Posts estàtics
- Posts dinàmics
- Stickers

**BLOC I: bàners per a webs i newsletters municipals**

- Bàners
- Destacats
- Promo

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats de les adaptacions els validen i conformen el Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.

En el cas que les adaptacions destinades a comunicació online, l'empresa adjudicatària haurà de fer-ne el lliurament a través del servidor d'anuncis (ad server) que indiqui l'Ajuntament (SIZMEK, WEBORAMA...).



## 5.4. Requeriments

### 5.4.1. Recursos humans

Per a la prestació del servei requerit l'empresa assignarà l'equip tècnic necessari per dur a terme les tasques encomanades. Aquest equip inclourà aquests perfils:

#### **1 director/a d'art** (Director/a creatiu/va, tècnic nivell 3)

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Dirigir l'equip
- Determinar els recursos necessaris per dur a terme les adaptacions
- Supervisar l'adequació de les creativitats a la campanya
- Donar el vistiplau a les peces

#### **1 gestor/a de projectes** (Cap de planificació/de projecte, tècnic nivell 3)

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Dirigir els equips de treball, planificar i assignar tasques
- Coordinar i seguir tots els projectes i tasques encarregades
- Interlocutar amb els referents de l'Ajuntament de Barcelona
- Seguir amb el compliment dels calendaris presentats i aprovats per l'Ajuntament
- Vetllar per al compliment dels objectius i estratègia, imatge i contingut, i la seva correcta edició i publicació
- Detectar els possibles entrebancs que puguin posar en perill l'execució del projecte i reportar-les al referent corresponent de l'Ajuntament

#### **1 dissenyador/a gràfic/a** (Dissenyador/a, tècnic nivell 4)

Experiència professional: 1 any en un lloc de treball similar

Funcions:

- Transmetre els missatges a través del llenguatge visual
- Aplicar els continguts de campanya als màsters de la campanya
- Establir les bases de la gràfica de la campanya
- Treballar de forma conjunta amb l'equip creatiu per acordar els elements de la campanya gràfica
- Dissenyar d'infografies i altres peces creatives en format estàtic
- Determinar els formats necessaris per a la campanya digital
- Desenvolupar les aplicacions animades de la imatge de marca (GIFS, infografies animades, vídeos,...)
- Adequar, si és necessari, el material de campanya al llenguatge animat
- Aplicar la identitat gràfica corporativa, seguint els manuals de [normativa gràfica](#) de l'Ajuntament de Barcelona així com contemplar, en tot moment, la [Guia de Comunicació Digital](#) que ha coordinat la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona



#### **5.4.2. Desenvolupament del servei**

Un cop rebut l'encàrrec, en un màxim de 3 dies hàbils, l'empresa adjudicatària enviarà al Departament de Comunicació d'Economia i Recursos el pressupost desglossat pels serveis sol·licitats. Els pressupostos es presentaran en format PDF, hauran d'anar sempre signats i segellats i hauran de desglossar l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no de l'impost, es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA. L'Ajuntament de Barcelona haurà d'acceptar expressament el pressupost abans de la posada en marxa dels serveis.

Un cop acceptat el pressupost, l'empresa adjudicatària iniciarà la realització de les adaptacions encarregades. Si no s'especifica altra data en el calendari d'execució, passat un màxim de 4 dies hàbils, l'empresa adjudicatària lliurarà les adaptacions encarregades.

<b>Pressupost</b>	<b>Temps màxim requerit</b>
Desglossat dels serveis sol·licitats	3 dies hàbils

<b>Adaptacions</b>	<b>Temps màxim requerit</b>
Adaptacions	4 dies hàbils

#### **5.4.3. Reunions**

A demanda del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos hi haurà reunions preferentment a les dependències municipals, en les quals es podrà fer un repàs exhaustiu dels encàrrecs, així com del calendari de treball proposat i s'establiran prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament dels serveis encarregats.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal de l'empresa adjudicatària per assistir a aquestes reunions, aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

#### **5.4.4. Arxius i formats**

El Departament de Comunicació d'Economia i Recursos lliurarà els màsters en format obert de les campanyes que caldrà adaptar. Els formats més habituals que es podran requerir, segons la naturalesa de la peça, seran:

- Arxiu PDF en alta resolució
- Arxiu PDF en baixa resolució
- Arxiu en JPG
- Arxiu PNG amb transparència
- Arxiu en GIF
- Arxiu en MP4

#### **5.4.5. Còpies de seguretat**

L'empresa adjudicatària ha de disposar d'un sistema de seguretat del material editat.

#### **5.4.6. Correcció ortogràfica i gramatical**

En tot cas, l'empresa adjudicatària haurà de garantir en tot moment la correcció ortogràfica i la coherència amb l'estil de redacció de continguts de l'Ajuntament de Barcelona.



#### **5.4.7. Accessibilitat i normativa gràfica**

En totes les tasques que s'han de dur a terme, l'empresa adjudicatària tindrà en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària podrà guiar-se per les indicacions especificades al Manual d'Identitat Gràfica Municipal, Capital 5 "Aplicació de la signatura municipal en elements de comunicació" que es pot trobar en el següent enllaç: <https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/CAPITOLS/CAP5.pdf>

Totes les peces hauran de tenir la validació de Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona, sense aquesta validació cap peça comunicativa estarà enllestida.

#### **5.4.8. Altres requeriments**

- Totes les peces i materials de comunicació desenvolupats per dur a terme aquest servei seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona, Departament de Comunicació d'Economia i Recursos.
- En totes les tasques que s'han de dur a terme cal tenir en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals <https://ajuntament.barcelona.cat/dretssocials/sites/default/files/arxiu-documents/GuiaDissenyAccessibleInDesignAccessible.pdf>
- La tipografia que es triï ha de ser, preferiblement, de llicència lliure.
- L'empresa adjudicatària ha d'estar disposada en qualsevol moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir el departament de Comunicació, tant si es tracta d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, etcètera.