

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ D'UN SERVEI DE CREACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE LA NOVA IMATGE I IDENTITAT CORPORATIVA DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA

1. Antecedents

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya modernitzant (CAC) arriba als 25 anys d'existència l'any 2025, per la qual cosa s'ha considerat que cal una actualització de la imatge corporativa, que data del 2009. Quinze anys després de la seva implementació, cal adaptar-la als nous requeriments visuals i als nous usos, fonamentalment digitals i audiovisuals, que han anat sorgint amb el pas del temps i que han deixat prop de l'obsolescència molts dels aspectes de l'actual manual d'identitat corporativa.

L'ús de la identitat corporativa es documentarà mitjançant el corresponent Manual d'Identitat Corporativa (en suport paper, suport electrònic i/o altres suports, si s'escau). L'existència d'un nou manual d'identitat corporativa és fonamental i previ a la realització de qualsevol altra de les mesures proposades pel Pla de Comunicació Estratègica.

2. Objecte del contracte

L'objecte del contracte és la prestació d'un servei relatiu a la creació i desenvolupament d'una nova imatge i identitat corporatives del Consell de l'Audiovisual de Catalunya dotant-la d'uns elements d'identificació comuns clarament reconeixibles, així com planificar la seva implementació en substitució de l'actual.

L'ús de la identitat corporativa es documentarà mitjançant el corresponent manual d'Identitat Corporativa (en suport paper, suport electrònic i/o altres suports, si s'escau).

En les seves ofertes, els licitadors hauran de presentar, la seva proposta gràfica de la nova identitat corporativa, i la seva oferta econòmica, que serà valorada d'acord amb els criteris relacionats Plec de clàusules administratives particulars.

3. Objectius específics del servei

L'objectiu d'aquest servei és unificar la imatge corporativa del CAC modernitzant i actualitzant el disseny i incorporant-hi aspectes i iniciatives no contemplades o inexistents quan es va redactar l'anterior manual d'identitat corporativa, especialment la imatge del CAC a les xarxes socials, el programa eduCAC i la renovació del disseny de les publicacions del CAC.

D'una manera més detallada, la nova identitat visual corporativa del CAC haurà de guiar-se pels següents orientacions estratègiques:

- Tant la imatge de marca així com tot el desenvolupament visual i gràfic de la imatge corporativa, és imprescindible que transmeti creativitat relacionada amb el sector audiovisual.
- Cal apostar per una imatge de marca amb grafisme definit del qual se'n pugui extreure un logotip, imagotip o isòleg, fàcilment identificable i que pugui funcionar per si sol en tots els elements comunicatius.
- El desenvolupament gràfic de la imatge corporativa ha de crear varies línies gràfiques per les diferents activitats i moments comunicatius del CAC (actes corporatius, premis i publicacions, programa eduCAC, plataforma per a l'educació mediàtica, etc.) però amb una línia gràfica comú i identificable. Aquest recurs permetrà al CAC comunicar totes les seves activitats sota un mateix paraigües i generar una marca identificable per a la ciutadania amb poc temps.
- La comunicació digital, visual i audiovisual és clau en la comunicació del CAC en la seva nova etapa. Per això, es considera imprescindible que la nova imatge funcioni i tingui en compte aquestes necessitats comunicatives i que la seva aplicació sigui eficaç a nivell digital.

Imatge adaptada a tots els elements comunicatius:

La imatge ha d'estar pensada per poder funcionar tant en format offline com per poder tenir una bona aplicació en l'entorn digital. És imprescindible que el grafisme estigui àmpliament desenvolupat tant en la cartelleria com en tots els elements i elements gràfics digitals per permetre una aplicació gràfica que sigui atractiva i tingui un llarg recorregut comunicatiu. Per tant ha de contemplar la creativitat de:

- Web
- Butlletins/newsletter (3 ó 4 formats de plantilles)
- Comunicació interna (signatura de mails, dossiers de presentació, targetes, carpetes, etc.)
- Xarxes socials: imagotips, capçaleres i totes les diferents adaptacions.
- Publicitat institucional digital: comunicacions a mitjans i xarxes socials.
- Disseny aplicable per a totes les realitzacions audiovisuals.
- Comunicació offline: banderoles, opis, cartelleria, programes de mà, anuncis en premsa escrita i publicacions editorials.
- Senyalística de l'edifici.
- Merchandising i altres aplicacions corporatives: llibretes, carpetes, llapis, bosses, etc.

Manual d'identitat corporativa i proposta gràfica:

La imatge ha de venir acompanyada d'un nou manual d'identitat corporativa per a la seva aplicació en els diferents suports comunicatius del CAC, tant a nivell creatiu i de desenvolupament gràfic, com a nivell de grafisme escrit.

La nova imatge ha de venir acompanyada també, d'una àmplia proposta fotogràfica, visual i audiovisual.

4. Descripció del servei:

El servei de creació i desenvolupament de la nova imatge de la identitat corporativa del CAC ha de contenir una anàlisi, conceptualització i disseny d'un sistema gràfic que identifiqui el Consell, de manera coherent amb els valors i orientacions d'aquesta institució. La identitat ha de ser capaç d'adaptar-se a les peces de comunicació i altres necessitats llistades en aquest apartat.

4.1. Disseny final i desenvolupament de la proposta prèvia aprovada per a la creació de la nova imatge de la identitat corporativa del CAC. Aquest disseny creatiu serà una imatge original, moderna i atractiva, incorporant un sistema de trets visuals harmònics i amb identitat pròpia. La imatge haurà de ser flexible i adaptable a l'aparició en diferents modalitats, formats i suports (paper, arxiu electrònic i/o altre suports). Haurà de ser també compatible o permetre la seva convivència amb altres imatges corporatives de les administracions públiques, especialment de la Generalitat de Catalunya.

4.2. Creació d'un sistema visual propi (colors, tipografies, elements gràfics, iconografia...) que actuï com a una identitat visualment integrada del CAC. El sistema visual identifica els elements que defineixen la identitat de la marca (forma, color, tipografia, composició), i a la vegada serveix de guia i base per a aplicacions futures.

Identificador corporatiu

- Elements
- Construcció i proporcions
- Àrea de respecte
- Grandària mínima

Tipografia

- Construcció de logotips (CAC, EDUCAC)
- Tipografia corporativa principal
- Tipografia corporativa complementaria

Colors corporatius

- Tintes planes
- Quadricromia
- RGB y Web Hexadecimal
- Monocrom
- Monocrom negatiu
- Escala de grisos

Usos

- Usos incorrectes

4.3. Disseny d'Aplicacions: Disseny i desenvolupament d'un seguit d'aplicacions bàsiques que permetin posar en funcionament la imatge corporativa en el context de comunicació

intern i extern i en suports diferents (offline i online). Es treballaran les peces llistades a continuació, en què es veurà aplicada la nova gràfica:

Comunicació interna

- Dossiers de presentació (1)
- Targes de contacte (1)
- Carpeta (1)
- Sobres (1)
- Paper de carta (1)
- Signatura correu electrònic (1)

Comunicació digital

- Xarxes socials (facebook, Twitter, instagram, Youtube): avatars (4), imatges de capçalera (4), imatges de capçalera (4)
- Fons de pantalla (1)
- Plantilles digitals de comunicació de Butlletins/Newsletter de difusió mitjançant la plataforma d'email marketing indicada pel CAC: Newsletter genèrica (1) i Newsletter d'activitats (1)
- Disseny aplicable per a totes les realitzacions audiovisuals (vídeos de presentació, streamings, realitzacions en directe); capçalera (1), tancament (1), Chyrons / Rètol identificador (1)
- Publicitat digital.(1)

Comunicació offline exterior

- Identificació del CAC i de les seves activitats en suports de comunicació físic (senyalització exterior, com banderoles (1), opis (1) i cartells (1) i el seu sistema d'aplicacions.
- Plantilla funcional de publicacions editorials (1)
- Merchandising i altres aplicacions corporatives: Llibretes (1), Llapis (1), Bossa (1); tasses; paraigües.

Comunicació offline interior

- Plantilles funcionals de mitjans de comunicació (nota de premsa (1), dossier de premsa (1), comunicat de premsa (1)).

4.4. Desenvolupament d'una estratègia estètica que matisi i cohesioni tots els futurs elements de comunicació visual que pugui emprar la marca, a través d'un Manual d'Identitat Corporativa. La licitadora que resulti adjudicatària haurà de lliurar al finalitzar el contracte, per a la proposta que resulti adjudicada, **Manual d'Identitat Corporativa** que haurà d'expressar com a mínim l'ús dels elements de la identitat visual, l'essència de marca, logotips, fonts tipogràfiques, estil visual, usabilitat web i XS. Ha de ser un document viu que permeti les actualitzacions que siguin necessàries.

Aquest manual ha de ser susceptible de ser utilitzat per d'altres professionals del disseny que tinguin la responsabilitat d'aplicar qualsevol element que porti imprès el segell o la identitat del CAC, o bé que intervinguin en el procés de disseny de qualsevol suport relacionat amb el CAC.

5. Durada del contracte

El contracte tindrà una durada màxima de quatre mesos.

6. Condicions d'execució

a. Condicions generals d'execució del servei

Aquest servei objecte del contracte haurà d'incloure sense cost addicional totes les llicències, permisos i equipament per al compliment íntegre de tots i cadascun dels requisits descrits en aquest document.

Les condicions d'execució generals que s'estableixen per a l'execució d'aquests servei són:

El manual haurà d'englobar aspectes de maquetació, disseny i aplicació del logotip en diferents materials i formats de comunicació interna com externa, així com dels següents entregables:

- Logotip i declinacions sintètiques. Aplicacions en diferents aspectes (ràtios).
- Arxius 3D (Animació).
- Colors i declinacions.
- Tipografia.
- Patrons i icones. Iconografia com a recurs.

Les aplicacions:

- 1) Entorn web i social mitjà: landing page, plataforma formativa (LMS), i en RRSS.
- 2) Papereria, senyalètica i comunicacions (presentacions, textos, email, newsletter, cartelleria) entre altres necessitats d'aplicació que puguin sorgir i que no estiguin contemplades en el llistat anterior.
- 3) Proposta gràfica per a recursos audiovisuals: mosca, títol, kyrons, paraules clau, text a pantalla completa, caixes de textos, entre d'altres que poguessin proposar-se.
- 4) Secció de l'ús incorrecte.

b. Condicions específiques d'execució dels serveis

La prestació de les tasques objecte d'aquest contracte, requerirà la celebració d'un mínim de tres (3) reunions presencials sense cost addicional a la seu del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.