

Plec de prescripcions tècniques per la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida al món empresarial per a la promoció del mecenatge cultural a Catalunya

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec.

Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Context

L'activitat cultural, tot i constituir un sector rellevant en el teixit productiu del país, no es pot reduir a criteris de competitivitat i rendiment econòmic. Tanmateix, necessita de finançament suficient per desenvolupar-se amb plenitud.

En aquest sentit, el mecenatge juga un paper clau en l'impuls de l'art i de les indústries culturals, de forma complementària a l'acció de les administracions. A Catalunya, aquests dos àmbits s'alimenten mútuament, de manera que la inversió pública s'ha reforçat amb l'acció individual de mecenes i amb nombroses iniciatives col·lectives que han permès tirar endavant projectes diversos i singulars arreu del país.

Així mateix, el mecenatge fomenta un sentiment de coresponsabilitat col·lectiva en relació amb la vida cultural del país, que n'accentua el seu valor social. La implicació de la comunitat és imprescindible per a la cultura.

És per això que la Generalitat de Catalunya vol impulsar una campanya institucional per fomentar el mecenatge cultural, tot remarcant el valor de la cultura catalana.



Aquesta campanya va adreçada tant al món empresarial com a la resta de ciutadania que també pot fer aportacions a la cultura, perquè tots els gestos compten: des del més gran al més petit. En aquest sentit, la campanya ha de fer referència tant al gran mecenatge com al micromecenatge. Amb ella, es pretén fomentar el suport actiu a l'activitat i a la creació cultural com a motors de dinamització i de progrés econòmic i social, tot apel·lant al compromís del món empresarial amb el país i amb la cultura pròpia.

2. Objectius i missatge

L'empresa contractista haurà de realitzar els serveis de creativitat, conceptualització, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional amb l'objectiu de posar en valor la cultura com a motor del país i element de transformació social. I com el mecenatge és un instrument per dignificar, enriquir i potenciar-la.

Missatges:

- Estimar i valorar la cultura

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
		Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	Pàgina 1 de 10



- La ciutadania i el sector empresarial són claus en el mecenatge cultural
- La cultura, el talent i la creativitat són elements de progrés econòmic
- El mecenatge cultural genera impacte i beneficis compartits
- Visibilitzar el paper destacat de les entitats i professionals del món cultural

L'empresa contractista lliurarà el material que el Departament d'Empresa i Treball (per mitjà d'ACCIÓ) consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 30 dies naturals des de la formalització del contracte. S'ha previst la realització de la campanya per l'últim trimestre de l'any 2024.

Objecte del contracte o necessitat que s'ha de cobrir

Aquest plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars que regiran la realització de la prestació dels serveis de conceptualització, creació i producció d'una campanya de comunicació adreçada al món empresarial pel foment del mecenatge cultural.

Amb la realització de l'objecte contractual esmentat, l'òrgan de contractació pretén cobrir les necessitats i/o funcionalitats següents:



- Disposar de la conceptualització per a la realització d'una campanya de publicitat institucional adreçada al món empresarial i a la ciutadania, per tal de fomentar el mecenatge cultural, conscienciar sobre el valor de la cultura i apel·lar al compromís del món empresarial amb el país i amb la cultura pròpia.
- Definir com serà l'aplicació d'aquestes creativitats als diferents canals i formats.
- Disposar de les creativitats i de determinades peces de qualitat per a la realització de la campanya de comunicació.

3. Activitats i funcions de l'empresa contractista

L'oferta que presenti l'empresa licitadora ha d'abastar la totalitat de les activitats i funcions especificades en aquest plec i en el plec de clàusules administratives particulars, ja que són totes obligatòries per a l'admissió de les propostes. Haurà d'aportar amb un estàndard de qualitat adequat tot allò indicat a l'apartat 5. *Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació i exigències funcionals de la prestació.*

Es preveu un cicle de treball:

1. Conceptualització. Caldrà presentar la proposta de conceptualització i aplicació als diferents suports de la campanya. ACCIÓ podrà demanar que es realitzin ajustos, esmenes o sol·licitar noves propostes si no es considera adient la proposta -o propostes- inicialment presentada/des.
2. Revisió de la proposta per part de l'adjudicatària, ACCIÓ i la responsable de comunicació/difusió del departament d'Empresa i Treball i aprovació o sol·licitud d'esmenes.
3. Presentació de la proposta ja ajustada i revisada per l'adjudicatària, si s'escau.

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
		Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	Pàgina 2 de 10

4. Validació final del producte comunicatiu per part de les diferents instàncies de la Generalitat de Catalunya (persones responsables de comunicació/difusió del departament d'Empresa i Treball i de la Direcció General de Difusió Corporativa de la Generalitat de Catalunya).
5. Reunió de pre-producció. Selecció de recursos gràfics per als diferents productes. Es realitzarà mínim d'una reunió de pre-producció per establir tots els detalls de la gravació dels anuncis, realització de fotografies, vestuari, actors, localitzacions, etc.
6. Lliurament de les arts finals per impremta i publicació als mitjans audiovisuals, digitals i analògics, d'acord amb els diferents formats: arxius per compartir en línia, acompanyats de les amb mesures d'accessibilitat visual, quan s'escaigui. La tasca no es considerarà finalitzada fins que no s'hagi confirmat la idoneïtat dels arxius.
7. Realització de les adaptacions necessàries, d'acord amb les especificacions d'aquest plec.

4. Finalitats i objectius que s'han d'assolir

Les finalitats i objectius que s'han d'assolir mitjançant la realització d'aquest contracte són les següents:

- Definir el concepte creatiu de foment del mecenatge dirigit al món empresarial i a la ciutadania posant en valor la cultura com a motor de progrés econòmic i benestar social, motiu pel qual s'engega aquesta campanya institucional.

El concepte creatiu haurà de servir com a eix comunicatiu de la campanya, adaptar-se a totes les eines, recursos i suports de comunicació que s'empraran per a la realització de la campanya de publicitat.

- El concepte creatiu ha de ser aplicable amb coherència als diferents contextos i suports digitals (vídeos, espais webs, xarxes socials, etc.) i analògics (fulletons, cartells, anuncis a premsa, aplicacions sobre elements de marxandatge, etc.)
- Elaborar les creativitats següents, que han d'incloure els drets per a la difusió en qualsevol tipus de plataforma:
 - Mitjans/canals audiovisuals (televisió, cinema, online...): spot/espots d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
 - Mitjans radiofònics: falca d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
 - Mitjans impresos:
 - Mínim de 3 versions d'originals de l'anunci publicitari per als mitjans impresos en format vertical i horitzontal (½ pàgina)
 - Mitjà exterior: mínim de 3 versions d'originals de l'anunci publicitari en format vertical (l'estàndard d'OPI - objecte publicitari il·luminat-, MUPI – moble urbà de presentació d'informació-, banderoles, tertúlies, etc.) i horitzontal (autobusos, tanques, vinils, lones d'edificis).
 - Mitjans digitals:



- Peça o peces en els formats estàndards habituals per a campanya display (300x250 i 300x600 px.). També ha d'incloure la versió digital adaptable a Brand day per a mitjans de comunicació online.
- Peces adaptades per a la difusió de la campanya a les xarxes socials (post, stories, vídeos, imatges, etc.) en què la Generalitat de Catalunya té presència.

Per a donar resposta a les finalitats i objectius plantejats, el contractista haurà de tenir en compte els següents elements, tal i com es descriuen a continuació: el públic objectiu, la conceptualització i el to i estil de la campanya.

El públic

L'empresariat de Catalunya i la ciutadania general a partir de 18 anys, que amb les seves aportacions de diferent quantitat poden ajudar a la cultura.

To i estil de la campanya:

El missatge ha de ser clar i directe, alhora que emotiu i captivant, de manera que arribi i sensibilitzi als públics objectius per tal de reconèixer la cultura com element fonamental per al benestar, al progrés econòmic, la cohesió i la inclusió social destacant-ne la importància que el mecenatge cultural té per la societat.

Cal que tothom es pugui sentir plenament identificat i entengui de manera molt clara el missatge de la campanya.

No pot ser discriminatori amb sexe, edat o condicions físiques i/o intel·lectuals.

L'estil de la campanya ha d'inspirar-se i complementar el vídeo manifest de la Fundació Catalunya Cultura: [Vídeo Manifest #PrometoCultura \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=PrometoCultura)

5. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació i/o el rendiment o exigències funcionals de la prestació

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 i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats. La propietat dels treballs adjudicats correspondrà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització.

La prestació regulada en aquest plec ha d'ajustar-se, almenys, als requisits tècnics que s'exposen a continuació, sens perjudici dels paràmetres que s'han de valorar mitjançant els criteris d'adjudicació establerts.



Doc. original signat per:
Albert Castellanos Maduell
26/04/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC

Data creació còpia:
06/05/2024 12:21:50

Pàgina 4 de 10



5.1. Requeriments generals

- L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català i a les peces creatives han de quedar representades les diferents variants que presenta la llengua en els territoris de parla catalana. Pel que fa als mitjans audiovisuals i radiofònics, la locució també s'ha de realitzar en aranès.
- El contractista ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. Els textos han de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua. La titulació s'ha d'acreditar davant de la Direcció General de Difusió quan la sol·liciti.
- El contractista cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres recursos utilitzats per a la realització i disseny de la campanya de forma universal, per tots els formats i mitjans, durant un any a comptar des del lliurament dels materials. El cost dels drets d'imatge aniran a càrrec de l'empresa, reservant un màxim de 5.000 € del total del cost del projecte per fer front als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que composi la campanya. El preu de compra o realització de totes les fotografies o il·lustracions i enregistraments de vídeo i/o àudio, estarà inclòs al pressupost.
- Un cop finalitzada la campanya, el contractista ha d'entregar els originals (arts finals i arxius oberts) a ACCIÓ-Departament d'Empresa i Treball.
- Els materials hauran de complir amb les normes d'accessibilitat.
- Totes les peces audiovisuals han d'anar subtítulades.
- Drets per a la difusió de les peces descrites per un any.

5.2. Descripció de mitjans personals per la prestació del servei

Pel que fa al personal tècnic, participant en el contracte, l'equip mínim i els recursos mínims per a la realització de la prestació del servei ha de ser els següents:

- Director/a creatiu/va i tècnic/a, les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de tota la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la correcta execució. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant el Departament d'Empresa i Treball per mitjà d'ACCIÓ.
- Director/a d'Art i Copy, responsable de la conceptualització i creativitat de la campanya, del seu contingut i del control de la qualitat en la seva execució i producció dels diferents suports de comunicació que la integraran.
- Supervisor/a de comptes, que haurà de coordinar-se amb els responsables de comunicació i difusió de la Generalitat i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Dissenyador/a gràfic, com a suport creatiu i disseny de les peces gràfiques de la campanya.
- Els recursos humans necessaris per a les tasques de realització, producció, fotografia, càmera, decoració i direcció artística, estilismes, maquillatges, grafismes, actoratge, post-producció i qualsevol altre element que sigui requerit per a la realització de la proposta contractada.

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
		Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	Pàgina 5 de 10

5.3. Descripció de mitjans materials

- L'equipament per a l'execució de les tasques de realització, producció, fotografia, enregistrament d'àudio i vídeo, decoració i direcció artística, estilismes, maquillatges, grafismes, post-producció i qualsevol altre element que sigui requerit per a la realització de la proposta contractada.
- Material de rodatge i fotografia, *atrezzo*, vestuari.
- Transports, dietes, etc.
- Permisos oficials, assegurances, etc.

5.4. Descripció dels mitjans tècnics

Tot i que l'estratègia i la creativitat proposada per l'agència podran acabar de definir els mitjans de comunicació a utilitzar, la campanya haurà de contemplar suports fora de línia (*offline*) i en línia (*online*), tant per a mitjans impresos com audiovisuals. En aquest sentit, l'agència haurà de dissenyar i produir els materials que es detallen més avall i que hauran de complir amb les normes d'accessibilitat.

En el cas dels vídeos cal que portin els subtítols en un fitxer separat en format .srt.

Tenint en compte el motiu de la campanya, ACCIÓ comptarà amb la col·laboració del Departament de Cultura i la Fundació Catalunya Cultura

La Fundació Catalunya Cultura (FCC) gestionarà la implicació i participació de personatges rellevants en àmbit de l'esport, la ciència i investigació, la gastronomia, entre d'altres, com a protagonistes de la campanya per promoure el mecenatge. La proposta d'aquests personatges serà consensuada amb ACCIÓ-Departament d'Empresa i Treball i el Departament de Cultura i no tindrà cost per l'agència creativa. Les tasques/gestions de producció les faran conjuntament el contractista, en col·laboració amb la FCC, però el cost dels drets d'imatge serà a càrrec del contractista.



El Departament de Cultura també cedirà espais emblemàtics del patrimoni cultural català on podran realitzar-se les gravacions de l'anunci. L'elecció d'aquests espais serà consensuada pel Departament de Cultura i ACCIÓ-Departament d'Empresa i Treball i no tindrà cost pel contractista.

El contractista però, pot suggerir localitzacions adients per la realització de l'anunci i possibles personatges rellevants. La tria i elecció definitiva anirà a càrrec de la Generalitat.

La gravació de l'espot i la realització de les fotografies ha de contemplar, com a mínim, una localització fora de Barcelona.

Caldrà crear, dissenyar i produir totes les peces comunicatives necessàries en funció de la proposta creativa per a la difusió d'una campanya multimèdia.

Tot el material d'aquesta campanya s'ha d'inspirar i complementar l'estil del poema "Manifest" de la Fundació Catalunya Cultura (<https://youtu.be/nOP37rJ2z74?si=zSfQ46blE4njjbO>).

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
	Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ		Pàgina 6 de 10
		0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	

Els mitjans que es contemplen per vehicular i difondre el missatge són:

- **Mitjans/canals audiovisuals:** espot d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons. La gravació haurà de fer-se en format horitzontal i vertical.
 - A banda de la gravació de l'espot, s'ha d'enregistrar diverses peces diferenciades que el complementaran. Aquestes peces es difondran per xarxes socials.
 - L'espot principal ha d'anar dirigit a la ciutadania i al món empresarial. Les peces per mitjans digitals han d'incloure, com a mínim, una versió per ciutadania i una per món empresarial.
- **Mitjans radiofònics:** 1 falca d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
- **Mitjans impresos:**
 - 3 versions de l'anunci publicitari per als mitjans impresos en format vertical (pàgina) i horitzontal (½). Ha d'haver-hi una versió dirigida als dos públics de la campanya i les altres dues al món empresarial i ciutadania, per separat.
- **Mitjà exterior i cartelleria:**
 - 3 versions originals de l'anunci format vertical (l'estàndard d'OPI - objecte publicitari il·luminat-, MUPI – moble urbà de presentació d'informació-, banderoles, tertúlies, etc.) i horitzontal (autobusos, tanques, vinils, lones d'edificis) que també han de servir per cartellera format A3. Han de ser les mateixes propostes gràfiques que pels mitjans impresos.
- **Mitjans digitals:**
 - S'han de gravar diverses peces diferenciades de l'espot principal que el complementaran. Aquestes peces es difondran per xarxes socials. Han d'incloure, com a mínim, una versió per ciutadania i una per món empresarial.
 - Aquestes versions de l'anunci han de ser aplicables a:
 - Peça o peces en els formats estàndards habituals per a campanya display.
 - Peces adaptades per a la difusió de la campanya a les xarxes socials (post, stories, vídeos, imatges, etc.) en què la Generalitat de Catalunya té presència.

A continuació, s'exposa el detall de la producció que es requereix per a cada mitjà:



Mitjans/canals audiovisuals

Creativitat i producció i realització de l'espot. A partir de la idea creativa, el concepte audiovisual i els elements aprovats i un cop consensuats els detalls de la producció, es realitzarà el rodatge, realització, edició, muntatge i postproducció dels mateixos.

La gravació haurà de fer-se en format horitzontal i vertical.

La gravació de l'espot i la realització de les fotografies ha de contemplar, com a mínim, una localització fora de Barcelona.

A banda de la gravació de l'espot, s'ha d'enregistrar diverses peces diferenciades que el complementaran. Aquestes peces es difondran per xarxes socials.

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
	Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ 		Pàgina 7 de 10
		0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	

ACCIÓ
Catalonia &
Trade & Investment

L'espot principal ha d'anar dirigit a la ciutadania i al món empresarial. Les peces per mitjans digitals han d'incloure, com a mínim, una versió per ciutadania i una per món empresarial.

Mitjans radiofònics:

Creativitat i producció d'una falca. Després de revisar i aprovar els guions definitius i les veus de locució es realitzarà l'enregistrament i postproducció de la falca.

Mitjans impresos:

Creativitat i producció dels anuncis gràfics per a la premsa escrita.

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les 3 versions aprovades de l'anunci i les adaptacions d'aquest a les mides dels suports de premsa a on s'inserirà l'anunci, d'acord amb el llistat que facilitarà l'empresa que gestioni el pla de mitjans.

Ha d'haver-hi una versió dirigida als dos públics de la campanya i les altres dues al món empresarial i ciutadania, per separat.

Mitjà exterior i cartelleria:

Creativitat i producció de l'anunci per a suports de publicitat exterior. Com a mínim, s'hauran de realitzar 3 versions.

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci. Han de ser les mateixes propostes gràfiques que pels mitjans impresos.

Mitjans digitals:

Es lliurarà els màsters en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci.



L'empresa haurà de lliurar una proposta estratègica de promoció *online* per aquelles xarxes socials adreçades al públic de la campanya amb les diferents versions de l'anunci dirigides a cada públic (ciutadania i món empresarial).

Caldrà produir totes les versions a utilitzar per a l'estratègia de comunicació *online* facilitant els formats necessaris per tal que les peces o vídeos (baners, robaplanes, brandday, pre-rolls, roba-video i àudio...) compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixen els diferents suports de la campanya. L'empresa assumirà les adaptacions de les diferents creativitats que siguin necessàries. Caldrà produir aquells formats necessaris per a la seva difusió a les xarxes socials (*stories*, vídeos, imatges, etc.) on la Generalitat de Catalunya té presència (Twitter, LinkedIn, Instagram, TikTok, Youtube...).

Requisits tècnics generals

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans, el lliurament es realitzarà a través dels següents canals:

- El lliurament del/s espot/s es farà mitjançant la pujada a la plataforma de distribució digital d'arxius publicitaris "Adstream" o similar (el cost de la pujada i baixada anirà a càrrec de

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
		Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	Pàgina 8 de 10



l'empresa que gestioni les insercions als mitjans, no a càrrec de l'empresa contractista d'aquest contracte). També es podrien entregar els màsters a les diferents cadenes via correu electrònic, via suport digital o ftp's pròpies de cadascuna, sempre que els terminis ho permetin.

- El lliurament de la falca i dels fitxers que continguin els màsters dels anuncis (premsa escrita, mitjà exterior i mitjans digitals) es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius, a l'empresa que gestioni les insercions als mitjans o l'empresa que gestioni les adaptacions, sempre amb còpia a ACCIÓ i la Direcció General de Difusió.
- En el cas dels materials per als mitjans digitals es pot requerir la pujada a servidors de publicitat en línia.

Un cop iniciada la difusió de la campanya, ACCIO-Departament d'Empresa i Treball pot requerir noves peces i adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins esgotar el nombre total de peces creatives i adaptacions que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada.

El termini màxim de lliurament de les adaptacions serà de 18 hores des de la seva petició.

Pel que fa als drets de les fotografies i d'imatges i veus dels actors/actrius i locutors/locutores han d'estar pagats pel contractista durant 1 any a comptar des del lliurament dels materials. S'aplicarà la mateixa condició a les músiques i qualsevol altre element els drets de difusió els quals estiguin protegits. Les tasques de producció per buscar personalitats rellevants del món de l'esport, la ciència, la investigació, entre d'altres, que puguin participar en aquesta campanya les faran conjuntament l'agència, en col·laboració amb la FCC, però el cost dels drets d'imatge serà a càrrec de l'agència.

Elements de comunicació



Tant els espots per canals digitals com de la falca, caldrà fer tres tancaments/versions:

- 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya' + Tagline corporatiu
- 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya'
- 1 amb tancament institucional "Amb la col·laboració" Fundació Catalunya Cultura + Generalitat de Catalunya + Tagline corporatiu

6. Formes de seguiment i control de l'execució de les obligacions

L'òrgan de contractació ha de designar una persona que assumeixi el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista, un cop formalitzat el contracte, haurà de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant d'ACCIÓ, expressant el nom i cognoms, el correu electrònic, els telèfons fix i/o mòbil de l'empresa. Aquesta serà la persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, i haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec i tractar directament

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
	Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ		Pàgina 9 de 10
		0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	

les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.



Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i les persones responsables del Departament d'Empresa i Treball (a través d'ACCIÓ) i la Secretaria de mitjans de comunicació i Difusió, i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant d'ACCIÓ 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 ACCIÓ-Departament d'Empresa i Treball sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució del contracte, a més de la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte conjuntament amb l'Oficina de Comunicació del departament d'Empresa i Treball.

7. Documentació tècnica que han d'aportar les empreses licitadores

En la proposta tècnica caldrà presentar:

- Argumentari del concepte creatiu.
- Guió gràfic (*story*) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot i una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- També caldrà presentar una fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció dels espots/vídeos per canals digitals:
 - Equip de filmació i recursos d'edició post-producció.
 - Personal adscrit a la producció.
 - Possibles localitzacions i càsting.
 - Proposta de seqüències del vídeo i/o imatges estàtiques que provenen d'arxiu o biblioteca, si la proposta creativa dels vídeos així ho recull, amb el compromís de respectar la llicència d'ús en cada cas.
- Proposta de text-guions escrits de la falca.
- Proposta de 3 versions de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (½ pàgina).
- Caldrà presentar proposta de:
 - 3 versions de cartell corresponent a les versions de gràfica per premsa.
- Caldrà presentar 3 propostes de l'anunci per al mitjà exterior en format vertical (l'estàndard d'OPIs i MUPI) i horitzontal (autobusos, tanques).
- Caldrà presentar una proposta de l'anunci per a una campanya display, una proposta de format especial (brand day o animació multimèdia) i una proposta específica d'estratègia i de materials per a la difusió de la campanya a les xarxes socials.

	Doc. original signat per: Albert Castellanos Maduell 26/04/2024	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 06/05/2027	Data creació còpia: 06/05/2024 12:21:50
		Original electrònic / Còpia electrònica autèntica CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0MJBJPT8ZP4WG54M87GT0UW1J8LTKKLC	Pàgina 10 de 10