

# **PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS QUE HAN DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DE SERVEIS DE CONCEPTUALITZACIÓ, CREACIÓ I PRODUCCIÓ DE PECES DE CONTINGUTS DIGITALS I AUDIOVISUALS, MANTENIMENT I DINAMITZACIÓ DE CANALS DE COMUNICACIÓ PER A CARNET JOVE I XANASCAT DE L'AGENCIA CATALANA DE JOVENTUT**

## **1. OBJECTE DEL CONTRACTE**

L'Agència Catalana de la Joventut (en endavant, ACJ) adreça les seves actuacions a la població jove, per la qual cosa cal adaptar, cada vegada més, les seves comunicacions als canals de comunicació on es troben els joves, adaptar-se al seu llenguatge i disposar d'elements gràfics i multimèdia a les plataformes socials que utilitzen els joves.

Actualment, l'ACJ es comunica amb la joventut de Catalunya a través dels canals de facebook, X, Instagram, tik tok i youtube, pel què fa al Carnet Jove de Catalunya, en aquests canals l'ACJ informa al joves dels diferents serveis i avantatges dels que poden gaudir i beneficiar-se sent titulars del Carnet Jove, a més s'informa de diferents convocatòries, experiències, propostes i activitats amb diferents nivells de participació dirigits als joves titulars. També es fomenten noves altes i es realitzen accions de captació així com fer-se ressò d'altres informacions generalistes d'interès pel el públic juvenil de 12 a 30 anys.

Així mateix, pel què fa a la XANASCAT, els perfils de de facebook, X, Instagram i youtube tenen per objectiu fomentar l'ocupació, per part dels usuaris catalans i internacionals, de la Xarxa Jove d'Albergs de Catalunya, donant a conèixer les instal·lacions, l'entorn on estan ubicades, les seves principals característiques així com promocionar i donar a conèixer diferents activitats i programes d'activitats organitzades per l'ACJ i que tenen lloc en aquests equipaments. També es difonen elements de sostenibilitat, mobilitat, reducció de la petjada i d'altres relacionats amb la filosofia de l'alberguisme.

A tal efecte, el present plec té per objecte la contractació de serveis de conceptualització, creació i producció de peces de continguts digitals i dinamització de les xarxes socials i canals de comunicació digitals de l'Agència Catalana de la Joventut, a més del suport tècnic consultoria i formació del personal de l'ACJ.

## **2. CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI**

L'empresa adjudicatària ha de desenvolupar el pla d'acció basat en la segmentació del públic objectiu i els múltiples canals de comunicació digital de l'ACJ: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok i Youtube.

Així mateix, ha de crear un calendari de campanya que planifiqui la difusió estratègica dels continguts. Producció creativa de continguts de campanya: creació de copys (posts) i disseny de creativitats estàtiques i dinàmiques optimitzades per cada Xarxa Social. Inclou l'adaptació digital dels materials corporatius de la Institució i el suport tècnic al personal de màrqueting.

## 2.1 Aspectes generals

Per a desenvolupar el servei, cal:

- Definir un Pla de Social Media a partir del brifing descrit en aquest plec tècnic com annex 1.
- Producció dels continguts per a les xarxes socials.
- Actualització, suport tècnic i formació al personal.

## 2.2. Elements a produir

### LOT 1. CARNET JOVE

El Carnet Jove disposa de 5 comptes en xarxes socials a gestionar: facebook, twitter, youtube, Tik Tok i instagram.

L'adjudicatari haurà d'adaptar, conceptualitzar, planificar, dissenyar, gestionar i coordinar amb l'ACJ la prestació dels seus serveis considerant en tot cas la necessitat de generar els continguts mensuals que segueixen:

- **Youtube:** gestió integral del canal, incloent la dinamització de les playlist, la publicació de vídeos de diferents campanyes estacionals, a més de l'adaptació de creativitats i les imatges de portada.
- **Instagram:** Confecció de 25 posts mensuals dels quals 3 siguin concursos o sorteigs, 1 reels i 1 acció de cobranding amb altres marques. Totes les publicacions han d'anar acompanyades de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Confecció de 10 stories mensuals dels quals 5 siguin interactius en format enquesta, preguntes, quiz o similars.
- **Facebook:** Confecció de 25 posts mensuals acompanyats de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Producció d'un vídeo viral per a aquest canal cada mes.
- **Twitter:** Confecció de 25 posts mensuals acompanyats de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Producció d'un vídeo viral per a aquest canal cada mes.
- **TikTok:** Producció de 4 vídeos mensuals dels quals 2 es realitzaran directament amb col·laboradors del Carnet Jove i 2 es realitzaran amb mitjans propis de l'empresa contractista seguint les tendències virals del moment a l'esmentada xarxa.

L'empresa adjudicatària haurà de produir en la seva totalitat 4 campanyes anuals de social ads per a la promoció del Carnet Jove.

L'empresa adjudicatària portarà a terme anualment tasques de suport tècnic, consultoria i formació amb el personal de l'ACJ per un volum equivalent a 120 hores anuals de dedicació d'un perfil de Director/a de Comptes sènior.

## **LOT 2. XANASCAT**

L'adjudicatari haurà d'adaptar, conceptualitzar, planificar, dissenyar, gestionar i coordinar amb l'ACJ la prestació dels seus serveis considerant en tot cas la necessitat de generar els continguts mensuals que segueixen:

- **Youtube:** gestió integral del canal, incloent la dinamització de les playlist, la publicació de vídeos de diferents campanyes estacionals, a més de l'adaptació de creativitats i les imatges de portada.
- **Instagram:** Confecció de 20 posts mensuals i 3 reels. Totes les publicacions han d'anar acompanyades de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Confecció de 10 stories mensuals dels quals 5 siguin interactius en format enquesta, preguntes, quiz o similars.
- **Facebook:** Confecció de 20 posts mensuals acompanyats de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Producció d'un vídeo viral per a aquest canal cada mes.
- **Twitter:** Confecció de 20 posts mensuals acompanyats de creativitats gràfiques originals i específiques per a aquest canal. Producció d'un vídeo viral per a aquest canal cada mes.

L'empresa adjudicatària haurà de produir en la seva totalitat 3 campanyes anuals de social ads per a la promoció de Xanascat.

L'empresa adjudicatària portarà a terme anualment tasques de suport tècnic, consultoria i formació amb el personal de l'ACJ per un volum equivalent a 120 hores anuals de dedicació d'un perfil de Director/a de Comptes sènior.

## **3. OBLIGACIONS DE L'ACJ**

L'ACJ es compromet a:

- Facilitar tota la informació i programació sobre esdeveniments actes i serveis que vulgui difondre, amb el temps suficient per ser tractada. En aquests casos, l'ACJ facilitarà la interlocució de l'empresa adjudicatària amb els albergs o proveïdors de l'ACJ, que sigui necessària, per poder informar de manera adequada i efectiva, si s'escau. En aquests casos, l'empresa adjudicatària actua com a encarregat del tractament de dades.
- Per poder desenvolupar el pla de social media, l'ACJ facilitarà els manuals d'identitat corporativa de la Xanascat i del Carnet Jove. Annex 2

- Posar a disposició de l'empresa adjudicatària tot el seu catàleg fotogràfic i multimèdia que disposin dels drets d'imatge pertinents. L'empresa adjudicatària únicament podrà fer servir el catàleg per al desenvolupament de les tasques encomanades. En cas d'utilitzar el fons fotogràfic i/o multimèdia per a altres serveis, es resoldrà automàticament el contracte així com es reserven els drets de sol·licitud de danys i perjudicis de l'ACJ.
- L'equip intern de l'ACJ es farà càrrec de la gestió ordinària de la xarxes socials fora de les descrites en aquests plecs: informació general dels serveis, atenció i resposta usuaris així com post institucionals bàsics.

## **4 COMPROMISOS DE L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA**

### **4.1 L'empresa adjudicatària s'encarregarà de les funcions següents:**

L'empresa haurà d'assignar un equip de treball amb una persona designada com a Cap o responsable de l'equip de treball que serà qui efectuï les tasques d'interlocució amb la/es persona/nes responsable/s assignada/es per part de la Direcció de Serveis a la Joventut de l'ACJ.

Caldrà que l'equip tècnic humà designat sigui suficient i amb la dedicació necessària per tal de garantir el bon desenvolupament dels serveis i que siguin capaços de gestionar situacions de crisi.

El cap de l'equip de treball haurà d'estar disponible per a participar en reunions de treball amb els responsables de Carnet Jove i Xanascot, que la Direcció de Serveis a la Joventut determini, especialment per a comentar els informes mensuals presentats.

### **4.2 Responsabilitat de l'empresa adjudicatària**

En especial, a més de les responsabilitats derivades del compliment de les funcions descrites a l'apartat anterior, l'empresa adjudicatària es responsabilitzarà de:

- a) Complir la normativa de protecció de dades de caràcter personal i la legislació que la desenvolupi.

L'adjudicatària es compromet a mantenir la més estricta confidencialitat sobre la informació i/o documentació que, per l'exercici de la seva activitat, els sigui facilitada per l'altra part, comproment-se a utilitzar aquesta informació i/o documentació únicament amb la finalitat indicada.

Així mateix es compromet a garantir la protecció de les dades individualitzades d'ordre privat a les quals tingui accés com a conseqüència de la realització de l'objecte d'aquest contracte i durant la seva vigència, d'acord amb el que estableix el Reglament (UE) 2016/679, del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016 i la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals i la legislació que la desenvolupi i, en especial, a allò que disposa l'Annex RGPD a aquest Plec de Prescripcions tècniques.

- b) Totes les fotografies/filmacions que es facin són propietat de l'ACJ.
  
- c) Tots els continguts que desenvolupi l'empresa adjudicatària en el marc del pla social media han de garantir el respecte als Drets Humans, no portant a terme cap activitat discriminatòria per raó de naixement, raça, sexe, religió i/o que malmeti la imatge institucional de l'ACJ.

## **6. COORDINACIÓ I SEGUIMENT**

La voluntat de l'ACJ de potenciar l'eficiència del servei al llarg del temps requereix la sistematització d'uns mecanismes de coordinació entre ambdues parts.

Per tal de coordinar, fer seguiment i control de la correcta evolució del servei es crearà un grup de treball entre l'empresa adjudicatària i la Direcció de Serveis a la Joventut de l'ACJ. Aquesta coordinació es durà a terme periòdicament, com a mínim un cop al trimestre, o a petició d'una de les dues parts, a través d'unes sessions de treball formades per part de l'ACJ del Director de Serveis a la Joventut, el responsable de l'equip la unitat de màrqueting de l'ACJ, un representant de la Àrea de Carnet Jove i un de l'Àrea Xanascat. Per part de l'empresa adjudicatària, aquesta formació estarà formada com a mínim, per representant de la mateixa i el cap responsable de l'equip d'interlocució tècnica amb l'ACJ.

## **ANNEX I – BRÍFING A EFECTES D'OFERTA TÈCNICA PEL LOT 1**

### **1.- ENCÀRREC I DESCRIPCIÓ DE LA NECESSITAT**

Elaboració d'un pla anual de Social Media de 2024 pels diferents canals de xarxes socials del Carnet Jove incloent un anàlisi de públics objectius, la terminació dels diferents *targets* sobre els que es treballarà així com la definició d'objectius i aquells indicadors que seran utilitzats per tal de valorar el funcionament del mateix.

L'estratègia proposada ha de contemplar formats de continguts i exemples de creativitat gràfica per a cadascun d'ells. Tanmateix, ha d'incloure un pla d'acció detallat que tingui en consideració la trajectòria comunicativa de Carnet Jove, possibles millores pel que es refereix a incorporació de canals, continguts i accions.

L'exercici ha de contemplar les campanyes anuals més rellevants com és el cas de les "Beques Carnet Jove", el "Programa Connecta't" i els moments d'especial importància en la promoció del Carnet Jove.

Màxim 50 pàgines.

### **2.- OBJECTIUS PRINCIPALS**

- Augmentar la rellevància a xarxes socials dels perfils de Carnet Jove, especialment en relació a aquells públics més joves on en nombres relatius la implantació és més baixa.
- Comunicar de manera clara, elegant i no invasiva l'oferta de més de 8.000 descomptes que ofereix Carnet Jove arreu de Catalunya fent especial èmfasi en els àmbits de la cultura, el turisme, els esports, la formació i la tecnologia.
- Aconseguir una especial força comunicativa al voltant del programa de "Beques Carnet Jove".
- Dotar d'especial rellevància i presència la línia gràfica i els continguts audiovisuals.
- Comunicar de manera adequada el foment d'una cultura de consum responsable així com la defensa dels drets del jove consumidor i el respecte pel medi ambient.

### **3.- OBJECTIUS SECUNDARIS**

- Aconseguir projectar una imatge moderna del Carnet Jove i relacionada amb les tendències del moment pel públic jove a nivell de disseny, consum cultural i lleure.
- Comunicar amb un to directe i alegre.
- Proposta d'accions d'alt impacte comunicatiu que puguin generar repercussió als mitjans catalans

## **ANNEX II – BRÍFING A EFECTES D'OFERTA TÈCNICA PEL LOT 2**

### **1.- ENCÀRREC I DESCRIPCIÓ DE LA NECESSITAT**

Elaboració d'un pla anual de Social Media de 2024 pels diferents canals de xarxes socials de XANASCAT incloent un anàlisi de públics objectius, la terminació dels diferents *targets* sobre els que es treballarà així com la definició d'objectius i aquells indicadors que seran utilitzats per tal de valorar el funcionament del mateix.

L'estratègia proposada ha de contemplar formats de continguts i exemples de creativitat gràfica per a cadascun d'ells. Tanmateix, ha d'incloure un pla d'acció detallat que tingui en consideració la trajectòria comunicativa de XANASCAT, possibles millores pel que es refereix a incorporació de canals, continguts i accions.

L'exercici ha de contemplar les campanyes que es relacionen amb els principals programes de la XANASCAT com son "Vacances en família", "L'Estiu és teu", "Escola de neu", "Descobreix Catalunya" o les inscripcions per a les residències d'estudiants de la xarxa.

Màxim 50 pàgines.

### **2.- OBJECTIUS PRINCIPALS**

- Augmentar la rellevància a xarxes socials dels perfils de XANASCAT, especialment en relació als públics joves, els públics familiars i les comunitats educatives que de manera clara formen part dels principals *targets* objectius de la comunicació de la xarxa.
- Comunicar de manera elegant i no invasiva l'oferta d'equipaments de la xarxa fent especial èmfasi en els potencials usos dels diferents albergs, mostrant de manera clara la diversitat

territorial de la xarxa i oferint una mostra balancejada dels diferents tipus de serveis que ofereix XANASCAT.

- Donar una especial rellevància tant a la campanya de “L’Estiu és teu” com a la seva importància com programa amb una dilatada trajectòria i amb un important paper durant dècades en la formació de desenes de milers de joves catalans.
- Mostrar els equipaments de XANASCAT com a espais especialment adients per a la realització d’estades familiars tot posant de relleu l’adequació de les instal·lacions, la proximitat a activitats de caràcter familiar i una oferta de preus competitiva.

### **3.- OBJECTIUS SECUNDARIS**

- Reforçar la perspectiva al voltant de la qualitat de les activitats i equipaments de XANASCAT així com de la seguretat de totes les persones que participen a les activitats, de manera molt especial els infants i les famílies.
- Mostrar els albergs de la Generalitat de Catalunya com un exemple pel que fa al respecte pel Medi Ambient, la incorporació de mesures i criteris de gestió ambiental, el foment del reciclatge i la cura pel consum energètic i de recursos hídrics.
- Transmetre una imatge de dinamisme relacionada amb el gaudi dels principals espais naturals i paisatges del país. Reforçar la optimitat dels equipaments de la XANASCAT com a punt de partida per a activitats a l’aire lliure i la pràctica d’una vida sana.