

Plec de prescripcions tècniques per la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida a la ciutadania per a la promoció del Pla de xoc contra la bretxa digital a Catalunya

Número d'expedient: EMO-2024-23

El contingut d'aquestes prescripcions tècniques deriva del projecte Pla de xoc contra la bretxa digital a Catalunya (Contracte obert de serveis recollit en expedient **EMO-2024-9**), aprovat en el marc del Mecanisme de Recuperació i Resiliència, Pla de recuperació, transformació i resiliència, finançat per la UE – Next Generation UE, projecte C19 (Plan Nacional de Competencias digitales), de la política palanca VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades, iniciativa I01 (Capacitación digital de los ciudadanos).

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

La transformació digital ràpida de l'economia i la societat ha convertit les competències digitals en eines bàsiques per poder aprofitar les oportunitats que ofereix des del punt de vista econòmic, social i ambiental: noves i accessibles formes de comunicació i de prestació de serveis, nous perfils professionals i oportunitats de negoci per a les empreses per donar

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 1 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

resposta als reptes globals, noves possibilitats d'accés a la informació, als serveis públics i a l'activitat econòmica a tot el territori.

La situació excepcional derivada de la pandèmia del COVID-19 ha accelerat el procés de digitalització, posant en relleu les fortaleeses, però també les mancances relatives del nostre país. Entre les primeres, cal assenyalar les infraestructures de connectivitat, el desenvolupament de la administració electrònica en alguns àmbits clau i l'adaptabilitat de bona part del teixit empresarial. Entre les segones, la manca d'equipaments i la baixa capacitat digital de bona part de la població, amb particular incidència en aquells sectors que estan vivint un procés accelerat de canvi, a l'àmbit de l'educació i a les PIME.

L'adquisició i el desenvolupament de competències digitals s'erigeix així com una de les prioritats clau del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, on la transició verda i digital van de la mà per impulsar la recuperació econòmica i la creació d'ocupació de qualitat, modernitzar el model productiu i reforçar la vertebració social i territorial del país, combatent el problema dels territoris molt poc habitats.

Un procés que ha de tenir una aproximació inclusiva, dirigint-se a millorar la capacitat de tots i totes, sobretot per a les persones en risc d'exclusió social, responsable, sostenible i en col·laboració amb el sector privat i el tercer sector, a causa del caràcter universal i transversal de les competències digitals. En aquest procés, la implicació dels sistemes d'educació i formació professional són essencials per arribar a totes les persones, des de les més joves fins a les persones adultes, que requereixen qualificació, requalificació i reforç de competències digitals que responguin a les noves demandes ambientals i socials.

Per portar a terme aquestes activitats de capacitat digital, el Govern d'Espanya, en col·laboració amb les diferents Comunitats Autònomes, planteja el desenvolupament del *Plan Nacional de Competencias Digitales* que té els objectius següents:

1. Que ningú es quedi enrere en la seva inclusió al món digital.
2. Disminuir la bretxa digital per qüestió de gènere, incrementant el nombre de dones matriculades, graduades i treballadores en sectors TIC.
3. Garantir l'adquisició de competències digitals adequades per a l'educació, tant per part dels docents com de l'alumnat de tots els nivells del sistema educatiu.
4. Garantir l'adquisició de competències digitals avançades a les persones ocupades i aturades.
5. Garantir que les empreses espanyoles en general, i les PIME en particular, comptin amb les competències digitals suficients per fer front al seu procés de transformació digital.
6. Garantir que Espanya compti amb una oferta formativa suficient per respondre a la necessitat d'especialistes digitals en els diferents sectors productius (la demanda de aquests perfils creix fins a 4 vegades més ràpid que no pas l'oferta).

Aquest pla planteja donar resposta a aquests reptes proporcionant un full de ruta per identificar les mesures necessàries que assegurin que tota la ciutadania compta amb les eines necessàries per adquirir i desenvolupar competències digitals.

Concretament, distingeix set línies d'actuació i un total de setze mesures orientades a millorar les competències digitals en set àmbits diferents:

1. Ciutadania en general, garantint la inclusió digital;

2

Finançat per



GOBIERNO DE ESPAÑA



Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia



Next Generation Catalunya



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 2 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

2. Disminució de la bretxa digital per qüestió de gènere;
3. Adquisició de competències digitals per a l'educació a docents i estudiants a tots els nivells del sistema educatiu;
4. Competències digitals avançades de la població activa;
5. Competències digitals de les persones al servei de les administracions públiques;
6. Competències digitals per a les empreses espanyoles en general, i en particular les PIME;
7. Foment d'especialistes TIC.

El Pla contra la bretxa digital de Catalunya, s'inscriu dins de la primera d'aquestes línies: "Ciutadania en general, garantint la inclusió digital", amb la qual es busca capacitar la ciutadania a l'era digital universalitzant les competències digitals bàsiques.

Els articles 58 i 59 de la Llei d'Educació de Catalunya (Llei 12/2009, del 10 de juliol, d'educació), estableixen que, en l'educació obligatòria, tant a l'educació primària com a la secundària, s'han d'adquirir i desenvolupar les habilitats i les competències necessàries per a l'ús de les noves tecnologies. Si bé el desenvolupament d'aquestes competències formen ara part del currículum de l'Educació a Catalunya, gran part de la ciutadania va estudiar quan no era així i, en molts casos, fins i tot abans que gran part d'aquestes tecnologies existissin.

La capacitació digital de la ciutadania que es persegueix amb aquest pla té l'objectiu de donar-los la competència suficient per comunicar-se, comprar, fer transaccions o relacionar-se amb les administracions usant les tecnologies digitals amb autonomia i suficiència.

Atès que els recursos materials i temporals per portar a terme aquesta acció són limitats, es planteja la necessitat de posar especial èmfasi en els grans col·lectius que identifiquem amb risc d'exclusió digital. Entre d'altres, ens referim a la gent gran, i també, en menor mesura, a les famílies amb fills en edat escolar amb baixos nivells de renda, les persones amb discapacitat, les persones dins la classificació de població activa de difícil ocupabilitat o les persones residents en centre penitenciaris.

Per arribar a aquests col·lectius, es requerirà la implicació d'agents de proximitat que tinguin un contacte estret amb la ciutadania, ja sigui a través de les administracions locals o d'entitats dels tercer sector.

En el marc del Pla de xoc contra la bretxa digital s'ha fixat un objectiu per Catalunya: formar 90.295 persones abans del 30 de juny de 2026 perquè assoleixin competències bàsiques en l'àmbit digital. A Catalunya hi ha més de 1,5 milions de persones que tenen entre 60 i 84 anys; aquest col·lectiu és el que té el màxim risc d'exclusió digital. L'objectiu concret per aquest grup és arribar, aproximadament, al 5% de les persones en aquest rang d'edat (mínim de 80.000 persones). S'espera cobrir la resta de l'objectiu general amb la formació d'altres 10.000 persones, que formen part dels altres col·lectius amb risc d'exclusió digital abans esmentats.

S'ha previst la realització de diferents formacions presencials amb tres nivells: a) dirigit a persones que fan un ús esporàdic de les eines digitals; b) per a persones que utilitzin les eines digitals de forma regular, però que no són autònomes per donar-los nous usos; i c) persones amb autonomia digital que volen aprofundir en la seva competència. Per tal de

3

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 3 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

determinar el nivell d'entrada de cada persona participant, es realitzaran entrevistes presencials de curta durada.

Per a donar suport i informar en detall a les persones potencialment participants, es disposarà de centres d'informació presencial arrelats al territori. Per tant, es comptarà amb espais distribuïts pel territori que, per una banda, es puguin utilitzar com a aules en què es desenvolupin les activitats formatives i, per una altra banda, permetin l'accés a la tecnologia a aquelles persones que no el tenen, o bé, que requereixen un acompanyament per utilitzar-la.

Per tal de donar a conèixer al conjunt de la població el Pla de xoc contra la bretxa digital i, de forma específica, les actuacions dirigides a la capacitat digital de la ciutadania resulta necessari realitzar una campanya de publicitat institucional als mitjans de comunicació. Per a què aquesta sigui efectiva, i tingui efecte sobre els col·lectius que identifiquem amb risc d'exclusió digital, i especialment en les persones grans, és necessari definir el concepte de forma apropiada i disposar de recursos concrets per a la difusió a través de diferents plataformes i mitjans.

L'òrgan de contractació és la Direcció General de Societat Digital (DGSD) de la Secretaria de Polítiques Digitals.

2. Fites i objectius

Els serveis objecte d'aquest contracte es desenvolupen amb el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència, finançat per la UE – Next Generation UE, projecte C19 (Plan Nacional de Competencias digitales), de la política palanca VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades, iniciativa I01 (Capacitación digital de los ciudadanos).

L'empresa contractista haurà de realitzar els serveis de creativitat, conceptualització, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional amb els objectius següents:

1. Posar en valor i donar a conèixer les oportunitats formatives, amb caràcter general, que ofereix el Pla de Xoc contra la bretxa digital a la ciutadania en risc d'exclusió digital.
2. Contribuir a l'assoliment de l'objectiu del Pla de xoc contra la bretxa digital de formar més de 80.000 persones majors de 60 anys.
3. Arribar amb un missatge clar a la ciutadania objecte del pla de xoc, així com a aquells agents que hi poden col·laborar (entitats arrelades al territori, agents socials, familiars, etc.), per tal de convidar-los a beneficiar-se o contribuir a que d'altres persones se'n beneficien.
4. Disposar d'una conceptualització i unes creativitats que facin referència al "Pla de xoc contra la bretxa digital de Catalunya" adequades al seu propòsit principal: donar a conèixer a la ciutadania en situació d'exclusió digital, i especialment a les persones grans, les oportunitats que ofereix el Pla de Xoc.
5. Disposar de creativitats i elements de difusió específic que es puguin distribuir per diferents canals digitals i analògics, i en diferents formats –àudio, vídeo, text, gràfic.

4

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 4 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

6. Sensibilitzar a tota la societat de la necessitat i la rellevància de les competències bàsiques en l'àmbit digital i de les oportunitats que, en general, existeixen en l'àmbit digital.

En consideració a l'impacte que aquesta nova campanya de comunicació té sobre la imatge de la Generalitat de Catalunya, el control de les qualitats de les fites d'aquest contracte estarà a càrrec de la DGSD.

L'empresa contractista lliurarà el material que la DGSD consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 45 dies naturals des de la formalització del contracte. S'ha previst la realització de la campanya al llarg del segon quadrimestre de l'any 2024. Aquesta campanya pot tenir una vigència fins al primer semestre de 2026, inicialment, tot i què esta supeditada a possibles pròrrogues fins al final de l'any 2026.

3. 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 a la ciutadania dins el Pla de xoc contra la bretxa digital a Catalunya.

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 relativa al programa "Pla de xoc contra la bretxa digital de Catalunya", per tal de facilitar la comunicació de l'existència, els objectius i les activitats del pla als seus destinataris principals i també a les persones, entitats, empreses i institucions que puguin contribuir al seu èxit.
- Definir com serà la 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.

4. 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 6. *Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació i exigències funcionals de la prestació.*

Es preveu un cicle de treball:

5

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 5 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

1. Conceptualització. Caldrà presentar la proposta de conceptualització i aplicació als diferents suports de la campanya. La Generalitat 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 (persona responsable de la Direcció General de Societat Digital i 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 pel l'adjudicatària, si s'escau.
4. Validació final del producte comunicatiu per part de les diferents instàncies de la Generalitat de Catalunya (persones responsables de la Direcció General de Societat Digital, de comunicació/difusió del departament d'Empresa i Treball i de la Direcció General de Difusió Corporativa de la Generalitat de Catalunya)
5. PPM. 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.

5. 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 "Pla de xoc contra la bretxa digital de Catalunya", tenint en compte els col·lectius amb risc d'exclusió sobre els quals es vol incidir-hi de forma específica:
 - la gent gran, de forma prioritària.
 - De forma indirecta, aquells altres que poden servir de cadena de transmissió (agents locals, entitats socials, familiars, agents socials, etc.).

Aquesta definició del concepte creatiu ha de connectar amb l'essència del Pla de Xoc contra la bretxa digital (la seva proposta de valor, les seves característiques, els avantatges que ofereix a la ciutadania en general i de forma específica a la gent gran) amb una idea creativa.

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.

6

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 6 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

Caldrà disposar de un únic concepte creatiu amb un *claim* principal amb una declinació o *subclaim* pel col·lectiu secundari: les persones i entitats que no formen part del grup de gent major de 60 anys, però poden col·laborar a captar-lo i contribuir a la seva participació a les accions formatives.

- 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: falques d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
 - Mitjans impresos:
 - originals de l'anunci o anuncis publicitaris per als mitjans impresos en format vertical i horitzontal (½ pàgina)
 - Díptic amb la informació bàsica del programa (DINA-4 plegat) i expositor –caixes contenidores pels díptics-
 - Roll-up, per als estands de fires i congressos.
 - Mitjà exterior: 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 (300x300 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

Una persona amb risc d'exclusió digital és aquella que no hagi assolit les competències mínimes per desenvolupar-se a la societat digital. S'entén les competències digitals com unes capacitats genèriques a partir de les quals la persona pot aprendre constantment i adaptar-se de manera dinàmica a un entorn canviant.

El públic objectiu prioritari, pel que fa a tots els elements, finalitzats i objectius descrits, són les persones més grans de 60 anys amb baixa o nul·la competència digital, tot i que es necessita una campanya de sensibilització que incorpori elements genèrics que també

7

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 7 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

contribueixin a què la societat catalana estimuli a les persones grans a participar dels beneficis del pla i adquirir i/o millorar la seva competència digital.

To i estil de la campanya:

Cal visualitzar clarament els beneficis de tenir una competència digital bàsica, de forma independent a l'edat, l'origen, el gènere, el nivell d'ocupabilitat, etc.

A la campanya, s'ha de visualitzar la diversitat de persones (en relació a les edats -60 anys, 80 anys-, el gènere, l'origen, la diversitat funcional o discapacitat adquirida –persones amb dificultats de mobilitat, per exemple-) de manera que es reflecteixi de forma adequada la pluralitat de la societat. També la diversitat del contextos (ciutats grans i món rural) en què s'implementarà el Pla de Xoc.

Al mateix temps, ha de contribuir a la generació d'una imatge pública per part dels potencials participants del pla, que lluny de ser visualitzats com a "persones en situació de risc" o "persones protagonistes d'un pla de xoc" o "persones en situació de fractura o bretxa digital" han de poder mostrar-se com a persones actives, que valoren les oportunitats vinculades amb l'aprenentatge i l'adquisició de la competència digital, que estan actives i busquen la millora personal i social i que són una part important de la societat a Catalunya.

La idea creativa de la campanya, de caràcter conceptual, ha de resultar impactant, atractiva, clara i memorable, fàcil de recordar per part dels col·lectius destinataris del Pla de Xoc i ha de ser un "call to action", és a dir, una invitació a actuar i participar-hi. Es pretén generar notorietat, i aportar un missatge impactant i positiu.

Ha de defugir dels conceptes complexos que poden estar vinculats a les tecnologies i enfocar-se, principalment, en les avantatges que aquesta aporta a la ciutadania: fer gestions amb la banca, demanar cita per anar al metge, gaudir de la cultura, consultar la premsa, comunicar-se amb la família, són alguns dels exemples que podrien resultar interessants.

6. 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 al 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.

6.1. 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.

8

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 8 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

- 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 quatre anys a comptar des del lliurament dels materials. 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, l'agència ha d'entregar els originals (arts finals i arxius oberts) a la DGSD.
- 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 a, com a mínim, 4 anys.

6.2. Normativa vigent de compliment obligat

Aquest contracte es finança amb fons de Next Generation EU i, per tant, és d'obligat compliment la normativa que es regula per l'Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre, per la qual es configura el sistema de gestió del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, així com el règim jurídic que figura descrit a la clàusula cinquena del PCAP.

6.2. 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 la DGSD.
- 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.

9

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 9 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

6.3. 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.

6.4. 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.

A més, la proposta haurà d'incorporar diferents versions en alguns dels mitjans (ràdio, exterior i digital) Aquesta campanya ha d'intentar mostrar el màxim nombre de perfils personals diferents, tenint en compte que el perfils preferents són persones més grans de 60 anys, amb o sense diversitat funcional o discapacitat adquirida, homes i dones, i persones amb orígens diferents i que viuen en contextos urbans o rurals.

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

- **Mitjans/canals audiovisuals (televisió, cinema, online...):** spot d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons.
- **Mitjans radiofònics:** 2 falques d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons (una falca pel públic principal i l'altra pel secundari).
- **Mitjans impresos:**
 - 8 originals de l'anunci o anuncis publicitaris per als mitjans impresos en format vertical (pàgina) i horitzontal (½).
 - 30 adaptacions per als mitjans impresos.
- **Mitjà exterior i cartelleria:**
 - 8 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.
 - Díptic amb la informació bàsica del programa (DINA-4 plegat) i expositor – caixes contenidores dels díptics-
 - Roll-up, per als estands de fires i congressos.
 - 8 adaptacions per als mitjans exteriors.
- **Mitjans digitals:**
 - 3 versions de l'anunci aplicable a:

10

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 10 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

- 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.
- Versions digitals per mitjans de comunicació descrites al punt 5.
- 20 adaptacions en format display i 5 adaptacions a brandays.

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.

Es requerirà l'adaptació del format de l'espot per a la seva difusió en mitjans *online*.

Mitjans radiofònics:

Creativitat i producció de 2 falques. Després de revisar i aprovar els guions definitius i les veus de locució es realitzarà l'enregistrament i postproducció de les falques.

Mitjans impresos:

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

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les 8 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.

Mitjà exterior i cartelleria:

Creativitat i producció de l'anunci per a suports de publicitat exterior. Com a mínim, s'hauran de realitzar 8 versions.

Creativitat i producció dels elements imprimibles (Cartell DINA-3, díptic DINA-4 plegat i Roll-up).

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci.

Mitjans digitals:

Creativitat i producció de tres versions de l'anunci per als mitjans digitals.

Es lliurarà els màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci. 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-vídeo i àudio...) compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixen

11

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 11 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

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 te 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 dels espots 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 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 les falques 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 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, la DGSD 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 4 anys 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.

Elements de comunicació

Tots els elements han de fer referència al Mecanisme de Recuperació i Resiliència, en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència, finançat per la UE – Next Generation UE, projecte C19 (Plan Nacional de Competencias digitales), de la política palanca VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades, iniciativa I01 (Capacitación digital de los ciudadanos); i incorporar la identitat visual/gràfica del mateix ([Link a les imatges de referència](#)).

12

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3TO74EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 12 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

Tant dels espots com de les falques, caldrà fer dos tancaments/versions:

- 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya' + Tagline corporatiu
- i 1 amb tancament institucional 'Generalitat de Catalunya'

7. 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 la DGSD, 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 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 de la DGSD, i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant la DGSD 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 DGSD 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 la persona responsable d'imatge corporativa/Programa d'identificació visual del departament d'Empresa i Treball

8. 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:
 - Equip de filmació i recursos d'edició post-producció.
 - Personal adscrit a la producció.
 - Possibles localitzacions i càsting.

13

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 13 de 14

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

- 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 les falques.
- Proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (½ pàgina).
- Caldrà presentar proposta de:
 - 8 versions de cartell corresponent a les versions de gràfica per premsa.
 - Díptic amb la informació bàsica del programa (DINA-4 plegat) i expositor – caixes contenidores dels díptics-
 - Roll-up, per als estands de fires i congressos.
- Caldrà presentar 6 propostes de l'anunci per al mitjà exterior en format vertical (l'estàndard d'OPIs i MUPI) i horitzontal (autobusos, tanques) reflectint la diversitat d'aspectes relatius al perfil principal que es poden o no combinar (persona de 60 anys i de 80 anys, home i dona, amb dificultats de mobilitat –cadira de rodes, bastó- o no, origen ètnic divers) i entorns (urbà, rural) i 2 propostes per al públic secundari (familiar: fill o filla, net o neta, d'una banda, i entitat social, d'una altra)
- Caldrà presentar una proposta de l'anunci per a una campanya display (mides descrites al punt.5), 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.

Ricard Faura i Homedes
Cap del Servei d'Inclusió i Capacitació Digital

Signat digitalment

14

Finançat per



Doc. original signat per:
Ricard Faura Homedes
26/05/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



02Y1J01DNYNZN3T074EVDIK08SKI0HHE

Data creació còpia:
10/07/2024 10:05:31

Pàgina 14 de 14