

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DE LA REDACCIÓ D'UN PLA DE CONSTRUCCIÓ DE MARCA DE CIUTAT AMB LA PARTICIPACIÓ I COOPERACIÓ DELS AGENTS LOCALS, I PROPOSTA DE CONSTITUCIÓ D'UN NOU ÒRGAN DE CO-GOVERNANÇA ENTRE AJUNTAMENT DE TERRASSA I AGENTS DEL TERRITORI (ECAS- 06566/2024)

1) - OBJECTE DEL CONTRACTE

L'Àrea de Projecció de la Ciutat de l'Ajuntament de Terrassa té la necessitat de contractar la redacció d'un Pla de Construcció de Marca de Ciutat fet amb la participació i cooperació dels agents socioeconòmics locals, i una proposta de constitució d'un nou òrgan de co-governança de Marca de Ciutat entre l'Ajuntament i els agents del territori. El projecte té per objectiu impulsar la implicació, participació i cooperació continuada dels agents en el procés de construcció i consolidació de la identitat competitiva de Terrassa amb els seus valors i singularitats. L'objectiu final ha de ser, gràcies a aquesta implicació conjunta de tots els agents, la millora, a curt, mitjà i llarg termini del posicionament exterior de Terrassa, i incrementar el coneixement, el reconeixement i el grau de preferència per la ciutat, de manera que incideixi en un l'atracció d'empreses, talent, inversions i visitants, i per tant en la promoció econòmica, la qualitat de vida i l'enfortiment del sentiment d'orgull, identitat i pertinença.

2). TIPUS DE CONTRACTACIÓ:

L'adjudicació d'aquest contracte de serveis es realitzarà mitjançant procediment obert sumari simplificat.

3). DURADA DEL CONTRACTE

El contracte tindrà una vigència inicial a comptar des de la formalització del contracte fins a 1 de desembre de 2025.

4). CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI

Els treballs a realitzar per part de l'empresa adjudicatària seran els següents:

4.1) Redacció d'una proposta bàsica Pla de Construcció de Marca de Ciutat:

L'empresa adjudicatària haurà de redactar una proposta base del Pla de Construcció de Marca de Ciutat, fonamentant-la en un relat de ciutat que l'equip municipal responsable traslladarà a l'empresa a l'inici del contracte, en les reunions d'impuls del projecte. L'objectiu de les accions ha de ser consolidar els valors identificats en aquest relat i la identitat de la ciutat a curt, mitjà i llarg termini, amb la implicació dels agents locals.

La proposta base ha de tenir les següents característiques:

- Ha de contenir una bateria d'accions (un mínim de 10 accions) que contribueixin a consolidar els valors de la marca i el relat de ciutat que haurà proporcionat l'Ajuntament a l'empresa adjudicatària.
- Han de ser accions susceptibles de ser executades a curt, mitjà o llarg termini per part de l'Ajuntament i/o dels agents locals (la seva execució queda fora de l'abast d'aquest contracte).
- Cada una de les accions proposades ha de contenir un títol breu i una descripció, i ha d'identificar qui en podria ser l'agent o agents promotors (públics i/o privats) i els seus públics objectius (visitants, inversions, talent, ciutadania). També haurà d'anar acompanyada de la respectiva estimació pressupostària i d'una previsió dels equips humans necessaris, així com d'un termini òptim d'execució i una proposta de KPI, amb els indicadors a mesurar per a cada acció, per al seu seguiment exhaustiu.
- En la previsió pressupostària de cada acció s'ha d'incloure un escalat pressupostari (despesa mínima necessària/despesa màxima).
- Tota aquesta informació ha de presentar-se el màxim de concreta i entenedora possible, per tal de facilitar que es pugui estudiar i valorar col·lectivament la viabilitat de cada acció.
- La proposta bàsica d'accions s'haurà de treballar primerament en coordinació amb l'equip municipal responsable del projecte. El document de treball que en resulti es presentarà als agents locals en el marc de les sessions de treball detallades en el punt 4.3 d'aquests plecs, per tal que els agents les analitzin i valorin i hi facin les aportacions que considerin oportunes.
- La proposta bàsica del Pla de Construcció de Marca de ciutat s'ha de lliurar, com a molt tard, l'1 de desembre de 2024
- L'execució de les accions recollides en el Pla de Construcció de Marca queda fora de l'abast d'aquest contracte.

○ **Documents lliurables en aquesta fase:**

- Proposta Bàsica de Pla de Construcció de Marca (mínim 10 accions).

4.2) Producció de materials prèvia a la presentació de la proposta bàsica als agents locals:

(Les condicions tècniques d'aquest material i tots els materials impresos es detallen a la clàusules mediambientals 9A3EC1 i 9A3EC2)

Per fomentar la implicació dels agents locals en el projecte, i per preparar tota la documentació i materials necessaris per les sessions de treball detallades al punt 4.3 d'aquest plec, es requereix :

4.2.1) La producció d'un vídeo: adreçat a motivar la participació dels agents locals en el Pla de Construcció de Marca de Ciutat. Ha de tenir les següents característiques:

- S'adreçarà als agents -els ja identificats i els potencials-, per explicar-los de manera atractiva i partint del relat de ciutat, quins són els reptes i les oportunitats de treballar plegats per una bona reputació i posicionament competitiu de la ciutat. L'objectiu ha de ser que tots els agents se sentin interpel·lats i motivats a treballar activament en un projecte de ciutat compartit, per contribuir a millorar el posicionament de la ciutat a nivell interior i exterior, de manera que incideixi favorablement en l'atracció d'inversions, d'empreses, talent, i visitants, i per tant en la promoció econòmica, la qualitat de vida i l'enfortiment del sentiment d'orgull, identitat i pertinença.
- Amb estil visual habitual dels vídeos corporatius i formats audiovisuals estàndard i de consum massiu, en el seu metratge ha de mostrar els valors associats al relat de ciutat que l'Ajuntament haurà traslladat a l'empresa (fent especial incís en el patrimoni industrial reconvertit per a nous usos i el seu potencial, entre d'altres trets d'identitat claus per al posicionament de la ciutat i que l'equip tècnic responsable indicarà a l'empresa adjudicatària). Així mateix, en imatges i en continguts ha de tenir en compte aspectes com la diversitat, la inclusivitat i la paritat de gèneres.
- El seu contingut ha de poder mantenir-se vigent el màxim de temps possible, per tant caldrà evitar que en el seu metratge s'hi mostrin dates o imatges que puguin esdevenir anacròniques a curt termini.
- Ha de tenir veu en off en català enregistrada d'una font real -no s'acceptarà IA-, i subtítols en castellà.
- Ha de tenir una durada aproximada d'entre 3 i 5 minuts (la durada exacta es concretarà amb l'equip responsable del projecte).
- L'empresa adjudicatària s'ha d'encarregar de gestionar els drets d'imatge de les persones que hi apareguin, que els cediran a l'Ajuntament de Terrassa. Així mateix, tot el material gràfic i sonor també ha de ser lliure de drets o s'ha de disposar dels drets per als usos presents i futurs determinats en aquesta licitació.
- L'equip tècnic municipal responsable del projecte ha de validar el guió abans de passar a la fase de producció i gravació.
- Un cop lliurada la primera versió del vídeo, l'equip tècnic municipal podrà revisar-la i proposar-hi canvis o ajustos. L'Ajuntament tindrà dret a un mínim de dues versions extres i alhora, l'última paraula sobre el contingut i imatges recollides al vídeo

- El vídeo s'ha de lliurar mínim en format Full HD a màxima qualitat i es valoraran propostes de resolució superior. Caldrà que l'empresa adjudicatària lliuri a l'Ajuntament el fitxer del projecte utilitzat en el programa d'edició estàndard i els fitxers màsters associats al mateix projecte per tal que, en el futur, l'Ajuntament en pugui fer edicions addicionals sense requerir de l'empresa adjudicatària.
- A més del vídeo corporatiu de referència, s'ha de lliurar les seves adaptacions de menor durada per a xarxes socials, amb a les mides adients per a cada xarxa social: "X", Facebook, LinkedIn i Instagram. La durada aproximada haurà de ser entre 30 segons i un minut. En tot cas, la durada exacta s'acordarà amb l'equip tècnic responsable.
- Tots els drets, sense limitacions, del vídeo i les seves adaptacions seran de l'Ajuntament de Terrassa, que un cop executat aquest contracte en podrà fer l'ús discrecional i les modificacions que consideri oportunes.
- El termini per al lliurament del vídeo definitiu serà l'1 de desembre de 2024.

4.2.2) El disseny i maquetació d'una publicació-resum informatiu sobre el projecte de Marca de Ciutat

- Aquesta publicació serà en format díptic, tríptic o quadríptic (el format definitiu s'acordarà amb l'equip tècnic responsable del projecte) i es lliurarà en format digital editable. (La impressió queda fora de l'abast d'aquest contracte)
- La publicació ha d'explicar visualment i gràfica als agents el projecte de Marca de Ciutat de manera atractiva i resumida; amb continguts i estil gràfic coherents amb la línia del vídeo d'estil corporatiu detallat al punt 4.2.1
- El termini de lliurament d'aquest document digital, òptim per a impressió, serà l'1 de desembre de 2024.

4.2.3) El disseny, maquetació i impressió d'un document de treball per als agents

- Aquest document de treball ha de recollir gràficament la proposta bàsica d'accions (mínim 10 accions) del Pla de Construcció de Marca validada per l'equip municipal responsable.
- Aquest document de treball es presentarà als agents per a la seva valoració en les sessions de treball explicades al punt 4.3. d'aquests plecs. Se'ls en lliurarà còpies impreses, perquè els agents hi facin les anotacions i aportacions que considerin necessàries, per tant el document ha d'estar maquetat de manera que permeti les anotacions dels agents i sigui el màxim de pràctic i entenedor possible.

- El document de treball definitiu (plantilla editable) s'ha de lliurar al gener de 2025, en tot cas amb el temps de marge suficient abans de la primera sessió amb els agents .
- **Documents lliurables en aquesta fase:**
 - Vídeo d'estil corporatiu per als agents, mínim en format Full HD a màxima qualitat. (Arxiu de vídeo del programa d'edició estàndard i els màsters associats al projecte)
 - Adaptacions del vídeo de referència per a les xarxes socials (per a X, Facebook, LinkedIn i Instagram).
 - Publicació-resum (díptic-tríptic o quadríptic) sobre el projecte per als agents. (document digital òptim per a impressió)
 - Document de treball amb la Proposta Bàsica del Pla de Construcció de Marca, per a agents (plantilla editable)

4.3) Organització, producció i conducció de sessions de treball participatives:

L'empresa adjudicatària haurà d'organitzar, produir i conduir una sessió de treball específica amb personal municipal, i posteriorment tres sessions amb els agents locals, amb la prioritat essencial de motivar la seva implicació i compromís amb aquest projecte de ciutat i amb la identitat competitiva de Terrassa, i convidar-los a participar en l'elaboració del Pla de Construcció de Marca. Les sessions hauran de ser, per tant, molt dinàmiques, amb esperit motivador i amb continguts entenedors i que incentivin els agents a implicar-s'hi a curt, mig i llarg termini. Així mateix, les sessions hauran de presentar metodologies de treball innovadores i el màxim de vigents i originals, que les caracteritzin com a activitats pròpies i singulars d'aquest projecte de construcció de marca terrassenca.

Les sessions s'hauran de fer entre gener de 2025 i setembre de 2025.

La primera sessió haurà de ser amb el personal municipal, que s'haurà de fer en tot cas abans que es convoquin les sessions amb els agents. L'equip municipal responsable del projecte determinarà el personal municipal que ha de ser convocat a aquesta sessió, amb la qual s'ha d'explicar el projecte de Marca de Ciutat, els objectius i el calendari previst.

Pel que fa a les sessions amb els agents: l'empresa adjudicatària contactarà amb els agents indicats, en coordinació amb l'equip tècnic responsable del projecte, per sol·licitar-los el seu permís per a ser convocats a les sessions. Farà una proposta de convocatòria a les sessions a tots aquells agents que ho hagin consentit, informant de les dates i els indrets acordats amb l'equip tècnic responsable del projecte. (Veure a l'apartat relatiu a protecció de dades la informació necessària per al correcte tractament de dades personals.)

Un cop enviada la convocatòria als agents, l'empresa adjudicatària s'encarregarà de fer seguiment de les respostes, vetllar perquè la convocatòria hagi arribat correctament a tots els agents indicats, fer recompte de les inscripcions i vetllar per una màxima assistència i per totes aquelles gestions necessàries per a la correcta organització de les sessions.

Les sessions hauran d'estar pensades per a tota la diversitat de la ciutat i els seus habitants, i s'hauran d'organitzar seguint els criteris i clàusules socials i mediambientals detallades en els plecs administratius.

L'empresa adjudicatària haurà d'encarregar-se de la producció de tota la documentació i materials necessaris (veure punt 4.2 d'aquests plecs) per a ser exposats o lliurats als agents en aquestes sessions, i proveir les infraestructures tecnològiques i els suports necessaris, si s'escau, per a la projecció de vídeos i altres documents.

L'empresa haurà d'encarregar-se de la guionització de les sessions, la seva conducció i dinamització, i proveure altre material no previst en aquest plec que l'empresa consideri adient per dinamitzar la participació dels agents, sempre en coordinació amb l'equip tècnic responsable del projecte.

L'empresa haurà d'aixecar acta de cada una de les sessions, i recollir testimoni audiovisual de part de les sessions (enregistraments en vídeo).

La durada de cada una de les sessions ha de ser, com a mínim, de dues hores. L'empresa podrà proposar una ordenació alternativa pel que fa a la durada o nombre de les sessions previst en aquests plecs, sense que suposi un augment al preu final del contracte ni un allargament dels terminis previstos, proposta que haurà de ser estudiada per l'equip tècnic municipal responsable del projecte.

La ubicació, en un espai de titularitat municipal, i les dates de les sessions es concretaran en coordinació amb l'equip tècnic municipal responsable del projecte.

Tots els costos associats a l'organització, producció i realització d'aquestes sessions de treball (tant amb el personal municipal com amb els agents) han d'estar incloses en aquest contracte.

Totes les fotografies/filmacions que es facin són propietat de l'Ajuntament de Terrassa.

4.3.1) Primera sessió amb agents: l'empresa adjudicatària exposarà, de la mà de l'Ajuntament, el significat de tenir una Marca de Ciutat ben posicionada, i els objectius del Pla de Construcció de Marca de Ciutat. S'explicarà de manera àgil, ràpida i entenedora la dinàmica de les sessions per treballar aquest pla.

En aquesta primera sessió s'haurà de projectar el vídeo d'estil corporatiu i lliurar als agents la documentació preparada (publicacions impreses). Així, es compartirà amb els agents la proposta bàsica d'accions del Pla de Construcció de Marca, prèviament treballada i valorada amb l'equip tècnic municipal responsable del projecte.

La proposta del Pla de Construcció de Marca s'obrirà al debat i a la participació dels agents, perquè al llarg de les sessions valorin les accions i acordin les que més encaixin amb els objectius compartits, i perquè facin noves propostes, si s'escau, per valorar consensuadament.

També s'exposarà la necessitat de consensuar una imatge de marca i un claim que reculli i cristal·litzi el relat de ciutat.

S'explicarà també el model de cogovernança públic-privat necessari per regir el projecte a curt, mitjà i llarg termini, com a garant del correcte desenvolupament de l'estratègia, que vetlli per al bon posicionament interior i

exterior de la ciutat de Terrassa de manera coparticipada entre l'Administració i el territori. (veure punt 4.5 d'aquests plecs tècnics).

La sessió ha de ser molt dinàmica i motivadora i s'ha de vetllar per assegurar l'assistència de totes les persones assistents a les dues reunions restants.

Un cop acabada aquesta primera sessió i havent recollit un primer *feedback* dels agents, l'empresa adjudicatària haurà d'idear i esbossar 5 propostes creatives gràfiques de la imatge de marca de ciutat, i 5 propostes de claim que les acompanyin. L'equip responsable del projecte validarà que les propostes encaixin correctament amb els valors del relat de ciutat proporcionat.

4.3.2) Segona sessió: es presentaran les propostes gràfiques i els seus claims, per a la valoració i discussió per part dels agents. Es continuarà treballant amb els agents el contingut del Pla de Construcció de Marca, i s'acordarà o es votarà la proposta de claim que defineix millor la marca de ciutat.

4.3.3) Tercera sessió: Es continuarà treballant amb els agents el contingut del Pla de Construcció de Marca, es recordarà el claim definitiu consensuat amb els agents, i es clourà el procés de treball explicant la previsió de calendari a curt, mitjà i llarg termini, previsió que s'haurà treballat amb l'equip tècnic responsable. Aquesta última sessió s'haurà de fer, com a molt tard, al setembre de 2025.

- **Documents lliurables en aquesta fase:**

- 5 propostes gràfiques diferents per a la imatge de marca de ciutat, i 5 propostes de claim que les acompanyin
- Actes-resum de les sessions (pdf).
- Enregistrament audiovisuals de les sessions amb agents.

4.4) Producció de materials posteriors a les sessions amb agents:

(Les condicions tècniques d'aquest material i tots els materials impresos es detallen a la clàusules mediambientals 9A3EC1 i 9A3EC2)

En acabar les sessions de treball amb els agents, es requerirà que l'empresa adjudicatària produeixi els següents materials:

- Disseny i maquetació d'una publicació que serà el document final del Pla de Construcció de Marca de Ciutat: contindrà el recull final de les accions definitives consensuades al llarg de les sessions de treball (que podran ser més de 10, si els agents així ho han valorat i consensuat) amb tota la informació associada a cadascuna d'elles. L'empresa adjudicatària haurà de lliurar a l'equip tècnic responsable el document en format digital editable, per a la seva impressió si s'escau, o per a posteriors actualitzacions. (Tant la impressió com les actualitzacions quedaran fora de l'abast d'aquest contracte)

- Disseny de la imatge de marca que acompanyi el claim escollit pels agents, amb format vectorial, i el seu corresponent manual d'aplicació. La proposta creativa haurà d'incloure exemples de declinació de peces en diferents suports, tant online com offline.
- Manual d'aplicació de la imatge gràfica que detalli les normes d'ús i aplicacions dels diferents elements.

Tots aquests materials hauran d'estar enllestits a l'octubre de 2025.

- **Documents lliurables en aquesta fase:**

- Publicació del Pla de Construcció de Marca de Ciutat definitiu, consensuat amb els agents (editable)
- Imatge de marca amb el seu claim.(en format vectorial)
- Manual d'aplicació de la imatge de marca.

4.5) Una proposta de constitució d'òrgan de cogovernança públic-privada de Marca de Ciutat amb els agents locals de Terrassa

Es demana que l'empresa adjudicatària ideï una proposta de composició i funcionament d'un nou òrgan de cogovernança públic-privada de Marca de Ciutat, que haurà de fer seguiment a futur de l'aplicació i execució del Pla de Construcció de Marca. L'objectiu ha de ser no només refermar el seu compromís actiu en la construcció i consolidació de la Marca de Ciutat, sinó fer-los plenament partícips i corresponsables del procés i del seguiment de les accions que la ciutat ha acordat, i amb capacitat de decisió en tot allò relatiu a l'execució del Pla i estratègia de Marca de Ciutat.

L'empresa adjudicatària haurà de redactar una proposta de model d'òrgan, amb la seva missió, composició, funcions, calendari i periodicitat de les reunions, partint de les següents premisses:

- L'òrgan l'impulsarà i liderarà l'Ajuntament però tindrà caràcter de ciutat i per tant haurà de tenir un funcionament autònom.
- La proposta de composició de l'òrgan haurà de presentar-se amb una redacció detallada, i haurà de ser el màxim de representativa possible de tots els agents locals identificats per l'equip municipal responsable d'aquest projecte, en tota la diversitat de la ciutat. Haurà de ser una proposta completa i viable, factible, integrable i compatible amb els altres òrgans participatius de l'Ajuntament de Terrassa actualment vigents.
- L'òrgan ha de comptar amb un Plenari (format pel màxim nombre de representants dels agents locals identificats representatius de tots els sectors, i els serveis municipals de l'Ajuntament de Terrassa més directament implicats en la construcció de Marca) i un consell executiu més reduït, on a més dels representants municipals hi siguin representats els principals àmbits socioeconòmics locals, fent especial incís en els sectors claus per a la projecció

de la ciutat i d'acord amb el relat de ciutat que haurà proporcionat l'Ajuntament a l'empresa.

- L'òrgan ha de tenir un funcionament dinàmic, pràctic i independent. S'ha de preveure un sistema de convocatòries, d'actes i de comunicació interna àgil, eficient i adaptat a les necessitats i característiques dels agents, de manera que es propiciï al màxim la seva motivació i implicació.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar un document lliurable que inclogui una proposta escrita amb tots aquests requeriments, i on es proposi la denominació de l'òrgan i també dels agents, amb un *naming* inclusiu i que apel·li als objectius de la construcció de la Marca de Ciutat. El lliurament del document ha de tenir lloc abans de setembre de 2025.

L'empresa adjudicatària haurà de redactar la memòria del projecte en un document lliurable a l'equip municipal responsable, en el moment del tancament del projecte (1 de desembre de 2025)

- **Documents lliurables en aquesta fase:**
 - o Proposta de denominació, composició i reglament del futur òrgan de cogovernança.
 - o Memòria de tancament del projecte

5). CONDICIONS D'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE :

L'empresa adjudicatària haurà de presentar una proposta metodològica i una calendarització per fases del projecte que permeti un correcte seguiment de l'execució del mateix.

L'empresa adjudicatària ha de designar la persona que serà la responsable de l'empresa davant de l'Ajuntament de Terrassa, i facilitar-ne les seves dades de contacte. Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa i l'equip municipal responsable del projecte, i vetllar pel compliment dels termes del contracte per part de l'empresa adjudicatària. Aquesta persona ha d'assumir la direcció tècnica del personal que aporti l'empresa per dur a terme aquest servei. Haurà de dur a terme el seguiment i control de l'execució del contracte en l'àmbit econòmic i tècnic, a més de la coordinació tècnica dels treballs requerits en aquests plecs, conjuntament amb l'equip municipal responsable del projecte.

L'empresa adjudicatària (la persona designada per a la direcció tècnica i el personal de l'empresa que intervingui en cada fase) haurà de mantenir les reunions necessàries amb l'equip tècnic municipal responsable del projecte, amb qui n'establirà el calendari i periodicitat, amb l'objectiu de fer seguiment de l'estat d'execució en cada moment. Mantindran reunions presencials i/o telemàtiques totes aquelles vegades que les circumstàncies ho facin necessari mentre duri l'execució del contracte.

Per a aquest perfil de director/a tècnic referent de l'empresa, es requereix un perfil professional amb formació específica acreditada en l'àmbit de gestió de marca i/o place branding i construcció d'identitat competitiva, i amb experiència demostrable de com a mínim un any en aquests camps en àmbit de ciutat i en treball amb representants dels teixits associatiu, empresarial, cívic, cultural i comercial, etc.

Per a l'execució d'allò previst en els punt 4.2 i 4.4 d'aquests plecs (relatius a la producció de materials prèvia i posterior a la presentació de la proposta bàsica als agents), es requerirà que l'empresa garanteixi la participació de professionals del sector de la comunicació audiovisual i del disseny gràfic, amb formació i experiència demostrable en producció de vídeos corporatius, disseny gràfic i maquetació de publicacions corporatives.

Per a l'execució d'allò previst al punt 4.3 d'aquests plecs ("Organització, producció i conducció de sessions de treball"), es requereix perfils dinamitzadors amb experiència demostrable en conducció de tallers o sessions de treball en què participen entitats empreses, associacions i/o ciutadania en general.

Es valorarà que l'empresa aporti accions suplementàries a les 10 accions requerides per al Pla de Construcció de Marca. Totes les accions suplementàries han d'anar acompanyades igualment de totes les dades associades que es demanen en l'apartat 4.1 d'aquests plecs de prescripcions tècniques.

Es valorarà que l'empresa oferti una o més sessions de treball suplementàries amb els agents, en cas que el desenvolupament de les tres sessions requerides en aquests plecs així ho faci adient.

Es valorarà que l'empresa oferti la producció de materials gràfics o audiovisuals o d'altra índole suplementaris no previstos en aquest plec per dinamitzar la participació dels agents en les sessions de treball.

Es valorarà que l'empresa adjudicatària oferti la presentació d'una proposta d'eines analítiques apropiades i eficients per al correcte seguiment, monitoratge i mesurament dels indicadors de la Marca de Ciutat a curt, mitjà i llarg termini (el mesurament i seguiment queda fora de l'abast d'aquest contracte).

6). PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL:

L'empresa adjudicatària i el seu personal hauran de respectar les prescripcions de la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals

L'Ajuntament facilitarà unes instruccions a l'empresa adjudicatària (Annex "Contracte d'encàrrec") del qual l'empresa haurà de fer acusament de rebut en el moment de signar el contracte d'adjudicació. En tot cas, previ a la convocatòria de les sessions amb els agents, i si així s'acorda amb l'equip municipal responsable del projecte, caldrà que l'empresa i l'Ajuntament contactin amb els agents per obtenir el seu consentiment per ser convocats a les sessions. Per a la producció de vídeos i altres materials, l'empresa adjudicatària haurà de sol·licitar i gestionar amb els agents els permisos corresponents relatius als drets d'imatge, i informar-los de quin ús faran de les imatges.

7). PERÍODE D'EXECUCIÓ PREVIST:

El període inicial de contractació es contempla des de la formalització del contracte, que es preveu des de la formalització del contracte, fins al 1 de desembre de 2025

8). TERMINIS DE LLIURAMENTS:

- Primera versió de la Proposta Bàsica del Pla de Construcció de Marca: 1 de desembre 2024
- Primera versió publicació informativa (díptic/tríptic o quadríptic): 1 de desembre 2024
- Primera versió vídeo i aplicacions per xarxes socials: 1 de desembre 2024
- Versions finals del Pla de Construcció de Marca, de la publicació informativa i del vídeo i aplicacions per a xarxes socials: Gener 2025.
- Sessió amb el personal municipal: Gener 2025
- Sessions amb agents locals: Gener 2025-Setembre 2025
- Primeres versions disseny propostes gràfiques per marca de ciutat: Abril 2025
- Imatge final i claim de Marca de Ciutat i Manual d'aplicació: Octubre 2025
- Primera versió proposta Òrgan Co-governança: Setembre 2025
- Document final del Pla de Construcció de Marca de ciutat: Octubre 2025
- Versió definitiva proposta Òrgan Co-governança: Octubre 2025.
- Memòria tancament del projecte: 1 de desembre de 2025

El calendari de treball per assolir aquestes fites temporals es fixarà entre l'equip municipal responsable del projecte i l'empresa adjudicatària.