

AREA D'INTERNACIONAL I METRÒPOLIS DIGITAL

Exp: 901877/24

## **PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HA DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEI D'ESTRATÈGIA DE POSICIONAMENT DIGITAL I PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS PER LES XARXES SOCIALS DE L'ÀREA D'INTERNACIONAL I METRÒPOLIS DIGITAL**

|                                           |   |
|-------------------------------------------|---|
| 1. ANTECEDENTS.....                       | 2 |
| 2. OBJECTE DEL PLEC.....                  | 2 |
| 3. OBJECTE DEL SERVEI .....               | 2 |
| 4. DESCRIPCIÓ DE LES TASQUES .....        | 3 |
| 5. RESULTATS A PRESENTAR.....             | 3 |
| 6. TERMINIS D'EXECUCIÓ DELS TREBALLS..... | 7 |
| 7. DURADA DEL CONTRACTE.....              | 8 |



## 1. ANTECEDENTS

Per a poder donar a conèixer, a través de les xarxes socials, el contingut de les polítiques públiques, projectes i accions que l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital de l'AMB desenvolupa tant a nivell metropolità com també en l'àmbit internacional, és necessari externalitzar aquesta contractació pels següents motius:

Aquesta necessitat no es pot assumir des de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital perquè el nivell de coneixement específic i l'evolució de les eines TIC fan necessari el Suport de professionals per optimitzar-ne el seu rendiment. Tampoc es pot assumir des del Servei de Comunicació de l'AMB ja que no compta amb l'especialització tècnica en l'àmbit internacional per conèixer als diferents públics, territoris, països i llengües amb que és òptim aproximar-s'hi, ni tampoc disposa de les eines per a treballar el posicionament ni l'exigent gestió que requereix la comunicació digital. A més, alguns dels projectes que es desenvolupen des de l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, són de caràcter esporàdic i temporal, fet que impossibilita que aquesta tasca es pugui assumir des dels serveis estructurals de l'AMB.

## 2. OBJECTE DEL PLEC

L'objecte del present Plec és fixar les prescripcions tècniques que han de regir, mitjançant procediment obert simplificat, la contractació externa d'un servei d'estratègia de posicionament digital i producció de continguts per les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.

## 3. OBJECTE DEL SERVEI

Constitueix l'objecte d'aquest servei, la contractació externa d'un servei d'estratègia de posicionament digital i producció de continguts per les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. La prestació d'aquest servei es realitzarà d'acord amb els requeriments i condicions establerts en aquest plec.

En particular, els objectius i productes que s'han de garantir a finalització del contracte són:

- En l'àmbit estratègic: realització d'un diagnosi, conjuntament amb el Servei de Comunicació de l'AMB, sobre la situació de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital per mitjà de l'anàlisi 2.0. i posicionament digital, que permeti establir una estratègia digital a desenvolupar a l'hora de donar a conèixer les polítiques públiques, projectes i activitats que es desenvolupen.
- En l'àmbit operatiu: a partir de les prioritats i temàtiques identificades per l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, l'empresa contractada haurà de produir material digital innovador per donar a conèixer les polítiques públiques, projectes i accions de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital a les xarxes socials. Es realitzaran campanyes de promoció a les xarxes socials d'aquests materials digitals amb el material produït.



#### 4. DESCRIPCIÓ DE LES TASQUES

Lot 1: Assessorament sobre l'estratègia digital, analítica 2.0. i posicionament digital de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.

- Assessorament en la definició d'una estratègia digital a seguir a les xarxes socials a l'hora de donar a conèixer els projectes i activitats de l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, a partir d'una diagnosi prèvia del perfil de X (antic Twitter) i Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. Aquesta estratègia ha de servir per establir uns criteris comuns entre els serveis de relacions internacionals, prospectiva i estratègia i cooperació internacional a l'hora de gestionar els dos perfils.
- Assessorament i estudi sobre altres plataformes i/o espais digitals diferents a X (antic Twitter) i Facebook per donar a conèixer els projectes i activitats de l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital a les xarxes socials.
- Analítica 2.0. sobre el posicionament digital de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, que inclogui un anàlisi de l'impacte de les publicacions que es realitzen, així com l'evolució i anàlisi de totes les dades relacionals que es poden obtenir a partir del perfil de X (antic Twitter) i Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. D'altra banda, també haurà d'incloure un apartat amb suggeriments i recomanacions d'eines a utilitzar i formes d'innovació per millorar la viralitat dels perfils a les xarxes socials.
- Promoció a les xarxes socials de continguts i materials digitals publicats en el perfil de X (antic Twitter), Facebook o de la plataforma que correspongui de de l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital mitjançant esponsoritzacions i anuncis.
  - Promoció del material digital al perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital i de la xarxa EMA.
  - Promoció del material digital al perfil de Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - Promoció de la pàgina de Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - Promoció del perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - Promoció del perfil de X (antic Twitter) de la xarxa EMA.
  - Promoció del material digital a la plataforma que correspongui de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. En cas que després de l'assessorament que ens faci l'empresa, es decideixi crear un nou perfil en una plataforma diferent a X (antic Twitter) o Facebook, el número de promocions que es facin no serà en cap cas superior al planificat, sinó que es traurien promocions previstes a X (antic Twitter) o Facebook per incorporar-les a la nova plataforma.



El públic objectiu d'aquestes campanyes és el següent:

- Organismes internacionals, administracions públiques locals i supramunicipals, nacionals, europees i internacionals, altres àrees metropolitanes, xarxes europees i globals, ONG, moviments socials, ajuntaments metropolitans i universitats i centres de recerca que treballen temes metropolitans.
- Persones especialitzades de l'àmbit de les relacions internacionals i la cooperació internacional.
- Ciutadania general de l'àrea metropolitana de Barcelona interessada en les relacions internacionals i la cooperació internacional.

L'empresa contractada és la responsable de proposar a l'equip de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital les entrades de X (antic Twitter), Facebook o la plataforma que correspongui que s'han de publicar. Quan l'equip de l'Àrea d'Internacional i Cooperació en coordinació amb l'equip de comunicació de l'AMB doni el vistiplau, l'empresa contractada és qui ha de fer la publicació del contingut i la promoció corresponent a través dels diferents anuncis i esponsoritzacions que es facin i assumir-ne els costos associats. Cal vetllar per la correcta gramàtica i ortografia de les publicacions, així com per l'ús d'un llenguatge directe, correcte, no sexista i amb enfocament de drets i diversitats.

#### Lot 2: Producció de continguts gràfics i audiovisuals per a la difusió a les xarxes socials de continguts de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital

- Producció de material digital innovador per donar a conèixer a les xarxes socials les polítiques públiques, projectes i accions de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, utilitzant la imatge corporativa i els manuals d'estil de l'AMB. Es sol·liciten els següents materials digitals:
  - **Infografies.** Representacions visuals d'informació i dades en format digital. És important que siguin originals i clares. Aquest material ha de complir amb els requisits que estableixen les diferents xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital per a la seva publicació (L'empresa ha de conèixer i complir la normativa i requisits de publicacions que estableix X (antic Twitter) i Facebook)
  - **GIF animats.** Seguit d'imatges i frases curtes molt visuals que es penjen de forma habitual a les xarxes socials i que s'activen automàticament sense que la persona usuària en demani la visualització. L'objectiu és promocionar i explicar de manera simple, visual i atractiva projectes o accions que es duen a terme a l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital, per tant, es pretén donar a conèixer un contingut acompanyat amb imatges. Aquest material ha de complir amb els requisits que estableixen les diferents xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital per a la seva publicació (L'empresa ha de conèixer i complir la normativa i requisits de publicacions que estableix X (antic Twitter) i Facebook)
  - **Vídeos.** Conjunt de gravacions i/o imatges acompanyades de veu. Han de ser curts, directes i de fàcil assimilació per part de la persona que els vegi. Han d'anar sempre subtitulats perquè es puguin seguir des dels dispositius sense so. La duració del vídeo ha de ser inferior als 2 minuts. Aquest material ha de complir amb els requisits que



estableixen les diferents xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital per a la seva publicació (L'empresa ha de conèixer i complir la normativa i requisits de publicacions que estableix X (antic Twitter) i Facebook)

Aquests materials seran elaborats en català, però es demanarà la seva traducció al castellà, anglès, francès i/o portuguès per als materials d'infografies, Gifs i vídeos, en funció de la temàtica i zona geogràfica del contingut.

Pel que fa al procés de creació d'aquest material digital, l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital facilitarà a l'empresa contractada informació específica sobre les diferents temàtiques que es vol treballar en aquests continguts. L'empresa analitzarà aquesta informació i farà una proposta digital comunicativa i adequada al públic destinatari d'aquest contingut. Aquesta primera proposta serà revisada per l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. Es faran el número de revisions necessàries del resultat fins arribar al contingut desitjable.

És imprescindible incloure, tant el text com les imatges, un llenguatge no sexista i amb enfocament de drets i diversitats. La correcció lingüística i gramatical dels materials, tant en català com en la resta d'idiomes, anirà a càrrec de l'empresa contractada.

El contractista haurà d'utilitzar la imatge corporativa i els manuals d'estil de l'AMB <https://www.amb.cat/es/web/amb/administracio-metropolitana/imatge-institucional/manuals> i es treballarà en coordinació amb el Servei de Comunicació per validar l'estratègia general i els continguts.

- Assessorament sobre formats digitals diferents a la infografia, GIF animat i vídeo per donar a conèixer a les xarxes socials les polítiques públiques, projectes i accions de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. Tal i com estableix l'apartat anterior, els materials digitals que es proposa elaborar són les infografies, GIF animats i vídeos, però aquest format pot ser substituït per altres de similars que proposi l'empresa sempre i quan l'empresa i l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital arribin a un acord.

## 5. RESULTATS A PRESENTAR

Lot 1: Assessorament sobre l'estratègia digital, analítica 2.0. i posicionament digital de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.

- 1 Document sobre l'estratègia digital a seguir en les xarxes socials de l'àrea d'Internacional i Metròpolis digital, que inclogui l'anàlisi prèvia de les xarxes socials.
- 1 Document que inclogui l'estudi sobre altres plataformes i/o espais digitals diferents a X (antic Twitter) i Facebook per donar a conèixer els projectes i activitats de l'àrea d'Internacional i Metròpolis Digital a les xarxes socials.
- Un informe quadrimestral a través de l'analítica 2.0. sobre el posicionament digital de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital i de la seva evolució en relació a/s



quadrimestre/s precedent/s.

- Promoció de continguts per millorar el posicionament del material digital a través de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital i campanya de posicionament dels propis perfils digitals:
  - 30 promocions del material digital al perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital i al perfil de la xarxa EMA.
  - 8 promocions del material digital al perfil de Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - 2 Promocions per al posicionament de la pàgina de Facebook de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - 2 Promocions per al posicionament del perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.
  - 2 Promocions per al posicionament del perfil de X (antic Twitter) de la xarxa EMA.

Lot 2: Producció de continguts gràfics i audiovisuals per a la difusió a les xarxes socials de continguts de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital

- Material Digital a elaborar:
  - 14 Infografies en format PDF i/o JPG. La infografia s'haurà d'entregar també en un format editable. Totes les infografies han d'estar en català, però cada infografia haurà d'estar traduïda com a mínim a un altre idioma a determinar per part de l'AMB. La previsió de traduccions és la següent:
    - 8 anglès, 2 portuguès, 2 francès i 2 castellà. Aquesta previsió de traduccions pot variar entre els diferents idiomes, però el número màxim de traduccions sempre serà de 14, és a dir, una per infografia.
  - 12 GIF animats en format compatible amb ordinador nivell usuari. El GIF animat s'haurà d'entregar també en un format editable. Tots els GIF animats han d'estar en català, però cada GIF animat haurà d'estar traduït com a mínim a un altre idioma a determinar per part de l'AMB. La previsió de traduccions és la següent:
    - 6 anglès, 2 portuguès, 2 francès i 2 castellà. Aquesta previsió de traduccions pot variar entre els diferents idiomes, però el número màxim de traduccions sempre serà de 12, és a dir, una per GIF animat.
  - 8 Vídeos de menys de dos minuts en format compatible amb ordinador a nivell usuari. El vídeo s'haurà d'entregar també en un format editable. Tots els vídeos han d'estar en català, però cada vídeo haurà d'estar traduït com a mínim a un altre idioma a determinar per part de l'AMB. La traducció s'haurà de definir en cada cas si és doblada o amb subtítols. La previsió de traduccions és la següent:
    - 5 anglès, 1 portuguès, 1 francès i 1 castellà. Aquesta previsió de traduccions pot variar



entre els diferents idiomes, però el número màxim de traduccions sempre serà de 8, és a dir, una per vídeo.

- 1 document sobre assessorament de formats digitals diferents a la infografia, GIF animat i vídeo per donar a conèixer les polítiques públiques, projectes i accions de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.

## 6. TERMINI D'EXECUCIÓ DEL TREBALL

Els terminis de les tasques que s'han de realitzar seran acordats entre l'empresa seleccionada i l'equip de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital. L'empresa seleccionada haurà de presentar a l'inici del contracte un pla de treball on s'especifiquin, amb el major detall possible, les tasques a realitzar. Aquest pla de treball haurà de ser validat per l'equip de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital amb l'equip de Premsa i Comunicació de l'AMB. Els terminis són els següents:

|                            | Lot 1: Assessorament sobre l'estratègia digital, analítica 2.0. i posicionament digital de les xarxes socials de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital                                                                                                                                                                                                                  | Lot 2: Producció de continguts gràfics i audiovisuals per a la difusió a les xarxes socials de continguts de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital                                 |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1r<br/>Quadrimestre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Document sobre l'estratègia digital</li> <li>• 1 Document sobre l'estudi d'altres plataformes</li> <li>• 1 promoció de la pàgina de Facebook</li> <li>• 1 promoció del perfil de X (antic Twitter) de la xarxa EMA</li> <li>• 1 promoció del perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 document sobre assessorament de formats digitals diferents a la infografia, GIF animat i vídeo</li> <li>• 2 Infografies i 1 Vídeo.</li> </ul> |
| <b>2n<br/>Quadrimestre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe quadrimestral analítica 2.0.</li> <li>• 15 promocions Material Digital a X (antic Twitter)</li> <li>• 4 Promocions Material Digital a Facebook</li> </ul>                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Infografies, 4 GIF animat i 2 Vídeos.</li> </ul>                                                                                              |
| <b>3r<br/>Quadrimestre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe quadrimestral analítica 2.0.</li> <li>• 15 promocions Material Digital a X (antic Twitter)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Infografies, 4 GIF animat i 3 Vídeos.</li> </ul>                                                                                              |



|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                             |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Promoció Material Digital a Facebook</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                             |
| <b>4t<br/>Quadrimestre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe quadrimestral analítica 2.0.</li> <li>• 1 promoció de la pàgina de Facebook</li> <li>• 1 promoció del perfil de X (antic Twitter) de la xarxa EMA</li> <li>• 1 promoció del perfil de X (antic Twitter) de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Infografies, 4 GIF animat i 2 Vídeos.</li> </ul> |

Cada quadrimestre es podrà revisar aquesta estratègia per adaptar-la als resultats de l'impacte a les xarxes socials i les necessitats de l'Àrea d'Internacional i Metròpolis Digital.

## 7. DURADA DEL CONTRACTE

El contracte s'estendrà des de la data de la formalització del contracte i amb una durada màxima de 16 mesos.

El contracte no preveu cap pròrroga.

