



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈNIQUES QUE REGEIX EL SERVEI DE REVISIÓ DE LA MARCA I IDENTITAT GRÀFICA DE LA UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI I CAMPANYA DE COMUNICACIÓ

1. Antecedents

La URV ha experimentat un desenvolupament continuat des de la seva creació l'any 1991: d'una banda, la comunitat universitària ha anat creixent fins arribar a 3.565 treballadors i treballadores, [segons l'informe "Les persones que treballem a la URV. Informe 2024"](#) i 21.000 estudiants aproximadament per al curs 2024-25; d'altra banda, el desplegament dels campus pel territori (Tarragona, Reus, Vila-seca, Tortosa, el Vendrell i Vilafranca del Penedès) i de les estructures de recerca, gestió i administració. Alhora, la identitat corporativa de la URV es regeix pel "Manual d'Identitat Gràfica" del 2016 que requereix una actualització.

Amb els anys, han aparegut moltes submarques URV (submarques de centres, departaments, càtedres, serveis, unitats administratives i titulacions) de manera que la identitat de la Universitat s'ha vist fragmentada.

Aquesta fragmentació de la marca és conseqüència indirecta de la debilitació del sentit de pertinença a la URV per part de la comunitat universitària.

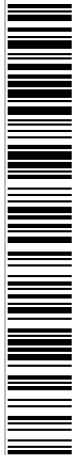
La revisió del relat i la marca URV té com a objectius:

- Impulsar el sentiment de pertinença a la URV de la comunitat universitària.
- Posar en valor els atributs principals de la URV, com la proximitat amb el territori.
- Unificar la identitat de la URV.
- Enfortir l'orgull de pertànyer a la URV.
- Adaptar la personalitat i la marca URV al context actual.

2. Objecte del contracte

El present plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars que regiran la contractació dels serveis de revisió de la marca imatge, identitat gràfica de la URV així com la planificació de la campanya interna i externa de comunicació de la marca i identitat de la URV resultant de la seva revisió.

La revisió de la marca i la identitat gràfica de la Universitat es materialitzarà en:



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



- Informe de diagnòstic de l'estat actual de la identitat visual i conceptual de la marca URV.
- El manual d'identitat corporativa o *brand book*.
- Vídeo presentació del relat de la URV.
- La planificació temporal i cotització econòmica del desplegament del manual d'identitat corporativa en el conjunt de la URV i la FURV.
- Dissenys gràfics de diferents aplicacions.
- Planificació estratègica de la campanya de comunicació adreçada als públics interns. Els públics objectiu interns de la URV són els estudiants, personal docent i investigador (PDI) i personal tècnic, de gestió, administració i serveis (PTGAS)
- Planificació estratègica de la campanya de comunicació adreçada als públics externs. Els públics objectiu externs de la URV són els futurs estudiants de grau, màster i doctorat, societat en general i empreses i institucions.
- Mentoria en la implementació del manual d'identitat corporativa.
- Adaptacions de dissenys gràfics de les aplicacions incloses en el manual corporatiu.
- Implementació de la marca en campanyes publicitàries.

3. Fases d'execució dels serveis

El contracte inclou els serveis següents, sense que aquest llistat tingui caràcter limitatiu:

3.1. Diagnosi de la marca

Revisió de la marca URV a partir de de la documentació interna que es lliurarà a l'empresa adjudicatària.

- Elaboració de la diagnosi.
- Conclusions.
- Calendarització de treball.

3.2. Estratègia de la marca

- Planificació i pla de treball: reunions amb el grup de treball de la URV i reunions internes per tal de consensuar i definir el posicionament desitjat de la URV.
- Presentació del posicionament acordat.
- Definició de l'evolució de la marca URV, incloent-hi el *naming*, *claim* i logotip, alineada amb la proposta de valor de la URV.





- Lliurament d'un document que inclogui el diagnòstic de la identitat visual i conceptual de la marca URV actual.
- Resultat i argumentació de la identitat definida i consensuada.

3.3. Expressió de la marca

- Redacció del manual d'identitat corporativa de la marca URV. El document ha d'incloure, com a mínim:
 - Definició, explicació i filosofia de la marca URV.
 - *Naming* i *claim* amb la corresponent explicació.
 - Adaptacions del *claim* als diferents públics objectius.
 - Logotip i adaptacions de la marca.
 - Pautes d'usos correctes, aplicacions, escala i exemples per a cada aplicació.
 - Exemples d'aplicacions incorrectes del logotip.
 - Colors corporatius principals i secundaris.
 - Tipografies principals i secundàries.
 - Plantilles corporatives que serveixin d'exemple base per als projectes de la URV: plantilla word, powerpoint, missatge electrònic, targeta de visita, sobres, pantalla TV informativa, etc.
 - Simulació Web, Moodle o campus virtual i intranet.
 - Convivència de la marca URV amb les submarques, p. e. submarques de centres, departaments, càtedres i serveis de la URV.
- Com a mínim el contracte inclou les aplicacions següents:
- Les adaptacions que s'inclouen en el manual d'identitat corporativa actual que es pot consultar [aquí](#).
 - Retolació exterior i interior dels edificis
 - Senyalètica dels campus, es prendrà com a referència el campus Sescelades.
 - *Rollup* i *photocall*.
 - Colors d'àmbits de coneixement.
 - Marxandatge.
 - Xarxes socials.
- L'empresa adjudicatària podrà proposar altres elements complementaris, a més dels establerts com a mínims.



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



- Redacció del llibre d'estil amb el to i estil de continguts, ús del llenguatge, pautes de format per determinar l'estil dels projectes comunicatius de la URV.
- Definició, creació i producció d'un vídeo de presentació del *storytelling* de la marca URV per a la comunicació interna de la marca.
- Planificació del desplegament de la marca amb totes les accions i el pressupost.

3.4. Activació de la marca

- Planificació del desplegament de la marca.
- Pla de comunicació intern.
 - Accions estratègiques i planificació temporal de les accions.
 - Definició de les accions i disseny de les peces creatives.
 - Definició d'un pla d'acció per a cada públic objectiu.
 - Definició dels canals per a cada públic objectiu.
 - Definició dels missatges i materials de suport a partir del *storytelling* per a cada públic objectiu.
 - Definició dels possibles riscos comunicatius per a cada públic objectiu.
 - Definició d'indicadors i el seu seguiment.
 - Acompanyament presencial en les presentacions internes a la comunitat universitària.
 - Informe de tancament del pla.
- Pla de comunicació extern que ha d'incloure, com a mínim:
 - Accions estratègiques i planificació temporal de les accions.
 - Definició de les accions i disseny de les peces creatives.
 - Definició d'un pla d'acció per a cada públic objectiu.
 - Definició dels canals per a cada públic objectiu.
 - Definició dels missatges i materials de suport a partir del *storytelling* per a cada públic objectiu.
 - Definició dels possibles riscos comunicatius per a cada públic objectiu.
 - Definició d'indicadors i el seu seguiment.
 - Informe de tancament del pla.
- Seguiment i aplicació de la marca:
 - Resolució de consultes sobre l'aplicació del manual d'identitat corporativa.



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



- Noves adaptacions a partir d'aplicacions existents en el manual per al desplegament de la marca, siguin visuals o de text.
- Possibles esmenes d'aplicacions existents que es detectin un cop es comencin a implementar.
- Creació conceptual i generació de creativitats per a campanyes publicitàries. Es preveu la campanya de Jornades de Portes Obertes, de graus, màsters i postgraus.

Durant la durada del contracte, l'empresa adjudicatària pot proposar accions en la planificació i execució per a cadascuna de les fases del contracte que no s'han inclòs i que resultin avantatjoses per al correcte desenvolupament dels serveis.

4. Calendari d'execució de les fases d'execució dels serveis

Es preveu l'execució dels serveis segons la planificació següent:

- Primera etapa: quatre (4) mesos en total per al conjunt de les fases de diagnosi, estratègia i expressió de la marca. La primera etapa inclou, entre d'altres, el lliurament de la diagnosi de la marca en el termini màxim d'un mes des de l'inici del contracte i el lliurament del manual d'identitat corporativa en el termini màxim de quatre mesos des de l'inici del contracte.
- Segona etapa: dos (2) mesos per a la fase d' "activació interna i externa de la marca".
- Tercera etapa: sis (6) mesos de la fase "seguiment i aplicació de la marca" des de la finalització de la segona etapa.

La primera etapa i l'inici de la segona etapa poden superposar-se, segons consideri l'empresa adjudicatària.

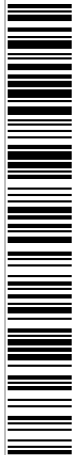
5. Obligacions de l'empresa adjudicatària

L'empresa adjudicatària disposarà dels mitjans tècnics, materials i humans suficients per desenvolupar les tasques objecte d'aquest contracte.

Per l'abast del contracte, l'equip tècnic destinat a executar aquest contracte ha de tenir la formació, habilitats creatives i experiència en projectes d'identitat corporativa i específicament de *rebranding*.

5.1. Equip tècnic mínim requerit

- 5.1.1. **Cap del projecte:** Titulació mínima exigida de màster o postgrau relacionat amb la gestió i creació de marca corporativa, reputació corporativa, comunicació o imatge



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



de marca, amb una experiència mínima de cinc anys en gestió de projectes de creació de marca.

Aquesta persona serà responsable de la coordinació, planificació i correcte desenvolupament del contracte a més de ser la persona interlocutora amb l'equip tècnic del Gabinet de Comunicació i Màrqueting de la URV. Haurà d'assistir en les reunions que es planifiquin conjuntament amb l'equip tècnic responsable del contracte a la URV, el grup de treball o equip directiu de la URV, i almenys a l'inici i al final de cada fase.

- 5.1.2. **Director/a creatiu/va:** Titulació mínima de grau relacionat amb la gestió i creació de marca corporativa, reputació corporativa comunicació o imatge de marca com, per exemple, publicitat i relacions públiques, periodisme, màrqueting i màrqueting digital, amb una experiència mínima de tres anys en la gestió de projectes d'identitat visual.

Aquesta persona serà responsable del disseny de la identitat corporativa de la URV i, específicament de la redacció del manual d'identitat corporativa.

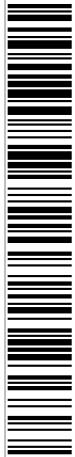
- 5.1.3. **Un director o directora d'art junior:** Estudis superiors relacionats amb el disseny com el grau en disseny gràfic amb una experiència mínima de tres anys.

Aquesta persona, sota la direcció del director creatiu o directora creativa, s'encarregarà d'executar les creativitats de caire gràfic i visual (disseny de les aplicacions i adaptacions) corresponents al manual d'identitat corporativa i les adaptacions que se'n derivin durant el període de seguiment.

- 5.1.4. **Un redactor o redactora:** Titulació mínima de grau universitari en publicitat i relacions públiques o creació de continguts, amb una experiència mínima de tres anys.

L'experiència s'ha d'acreditar mitjançant el currículum vitae dels professionals designats on es detallarà la informació següent: les titulacions acadèmiques, les funcions realitzades, el càrrec que desenvolupa actualment, els anys d'experiència, la/les empresa/es on ha treballat i els clients més rellevants pels que ha treballat/treballa.

Aquesta persona, sota la direcció del director creatiu o directora creativa, que s'encarregarà de redactar els continguts de caire més textual com, per exemple,



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



les adaptacions de l'eslògan, la diagnosi de la identitat de la URV i el vídeo de presentació de la identitat URV.

No es permet que una mateixa persona pugui realitzar diferents perfils professionals alhora.

5.2. Model organitzatiu de treball

5.2.1. Interlocució

El o la cap del projecte és la persona responsable de l'execució del contracte i serà l'encarregada de coordinar l'equip de l'empresa adjudicatària i és la persona interlocutora amb l'equip tècnic i grup de treball de la URV.

L'assistència del cap o la cap del projecte és, en un principi, obligatòria en les reunions presencials o virtuals d'inici i tancament de cada fase del contracte. L'equip tècnic de la URV pot considerar que la presència del cap o la cap del projecte no sigui necessària i així comunicar-ho.

El Gabinet de Comunicació i Màrqueting de la URV és la unitat responsable de l'execució del contracte a la URV i validarà les accions proposades per l'empresa adjudicatària.

Alhora, la URV constituirà un grup de treball intern format per representants de diferents perfils de la comunitat universitària de caràcter consultiu.

5.2.2. Reunions de treball

Les reunions poden ser presencials o virtuals. En el cas de les reunions presencials tindran lloc a les instal·lacions de la URV a Tarragona.

Primera etapa: fases de diagnosi, estratègia i expressió de la marca

Es preveu una reunió setmanal de planificació i seguiment.

Es preveu una reunió presencial al mes com a mínim. El tancament d'aquesta part del projecte culminarà amb les presentacions a la comunitat universitària i/o equip de direcció del manual d'identitat corporativa en què es visualitzarà el vídeo de presentació.

Segona etapa: fase d'activació

Es preveu una reunió setmanal de seguiment.

Com a mínim, la reunió inicial per posar en marxa aquesta fase i la reunió de tancament seran presencials.



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



Tercera etapa: fase seguiment i aplicació

Per a aquesta fase, el Gabinet de Comunicació i Màrqueting i l'empresa adjudicatària definiran conjuntament el mitjà telemàtic pel qual es trametran les peticions i es lliuraran els materials. No es preveuen reunions presencials.

Tret dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o ampli, l'empresa adjudicatària haurà de lliurar l'adaptació en el termini màxim de tres dies hàbils a comptar des de la recepció del correu electrònic de l'encàrrec.

En aquesta etapa es preveu una dedicació aproximada de 225 h en total.

5.2.3. Espai col·laboratiu

A l'inici del projecte, el Gabinet de Comunicació i Màrqueting i l'empresa adjudicatària definiran el mitjà telemàtic de treball col·laboratiu on es compartiran i lliuraran els documents.

5.3. Principals peces a entregar

- Informe de diagnòstic de l'estat actual de la identitat visual i conceptual de la marca URV es lliurarà en format word i pdf en obert i un exemplar imprès. També es lliurarà una versió reduïda que resumeixi l'informe.
- El manual d'identitat corporativa o *brand book* es lliurarà en format word i pdf en obert i un exemplar imprès. L'empresa adjudicatària lliurarà el *brand book* complet i una versió reduïda per publicar obertament a la web de la URV.
- L'empresa adjudicatària lliurarà els originals, les arts finals i editables de cada peça per tal que la URV en pugui fer les adaptacions convenients.
- En el cas de les peces audiovisuals, també haurà de lliurar tots els vídeos i imatges en brut, amb el format adient per a cada peça.

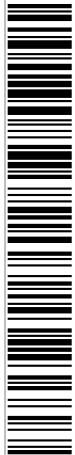
5.4. Originalitat, propietat industrial i intel·lectual

Les peces lliurades a la URV, tant gràfiques com textuais, han de ser originals.

Totes les propostes que es presentin en aquest procediment seran d'autoria de l'empresa licitadora, no responsabilitzant-se la URV de cap situació de plagis o similar.

Tot i que la intel·ligència artificial pot ser una eina de treball i inspiració, en cap cas la URV acceptarà propostes realitzades exclusivament o en bona part amb intel·ligència artificial.

Tots els treballs que es realitzin en el marc d'aquest contracte seran propietat de la URV i, a tal efecte, les empreses licitadores accepten expressament aquestes condicions amb la presentació de la seva oferta.



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



En el cas que es produís un supòsit de drets inalienables, l'empresa licitadora estarà obligada a cedir en exclusiva a la URV pel major termini establert a la normativa i amb el major impacte global que estableix la llei.

5.5. Idioma

La llengua principal de comunicació escrita durant el contracte és el català. El manual d'identitat gràfica i llibre d'estil, així com altres presentacions que es generin durant el contracte seran en català.

Les feines que s'encarreguin podran ser en català, castellà o anglès.

L'empresa adjudicatària revisarà lingüísticament tots els textos, independentment de l'idioma, abans de lliurar-los a la URV.

5.6. Lloc de prestació dels serveis

Els serveis es realitzaran a les instal·lacions de l'empresa adjudicatària qui ha de disposar dels mitjans tècnics i espais necessaris per executar aquest contracte.

Puntualment i quan sigui indispensable la URV pot cedir un espai de treball amb la conformitat del Gabinet de Comunicació i Màrqueting.

L'import de la licitació inclou totes les despeses derivades del desplaçament del personal tècnic de l'empresa adjudicatària durant l'execució del contracte, incloses les despeses de desplaçament per assistir a les reunions presencials a Tarragona.

6. Obligacions de la URV

6.1. Lliurament d'informació

La URV es compromet a lliurar els informes interns sobre la marca URV i altres estudis o informes que puguin ajudar a l'empresa adjudicatària a contextualitzar la marca URV i conèixer els públics objectius.

6.2. Lliurament de peces originals existents

La URV es compromet a lliurar les peces gràfiques de la identitat gràfica corporativa a l'empresa adjudicatària per facilitar-ne les adaptacions necessàries.

6.3. Accés a les instal·lacions

La URV es compromet a donar accés a les instal·lacions universitàries als membres de l'equip de l'empresa adjudicatària en el cas que es vulguin visitar. Aquestes visites tindran



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>



la conformitat del Gabinet de Comunicació i Màrqueting de la URV i es planificaran conjuntament.

6.4. Accés a la comunitat universitària

La URV es compromet a facilitar l'accés a representants de la comunitat universitària en el cas que l'empresa adjudicatària consideri necessari realitzar algun tipus d'entrevista personal, *focus group*, enquesta o altra tipus d'acció necessària per a la correcta execució del contracte.

La URV es compromet a reunir l'equip de treball de la URV en el cas que l'empresa adjudicatària ho consideri adient i necessari per a la correcta execució del contracte.

7. Facturació

Els serveis objecte d'aquest contracte es facturaran de la manera següent:

Etap	Càrrega	Forma de pagament
Primera etapa o fases de diagnosi, estratègia i expressió de la marca	60 %	20 % a l'inici d'aquesta etapa
		80 % restant al final de l'etapa, un cop lliurat el manual d'identitat corporativa
Segona etapa o fase d'activació interna i externa de la marca	30 %	30 % a l'inici d'aquesta etapa
		70 % al final de l'etapa, un cop lliurada la planificació de les campanyes de comunicació i de desplegament de la marca
Tercera etapa o seguiment i aplicació de la marca	10 %	10% distribuït en sis mesos. 225 h a compensar entre els sis mesos.

- Formes de seguiment i control de l'execució de les condicions

A l'inici del contracte, la URV i l'empresa adjudicatària realitzaran una primera reunió per tal de:



- Presentació de l'equip tècnic de les dues parts.
- Resolució dels possibles dubtes sobre les accions incloses en el contracte.
- Proposta de cronograma de treball per part de l'empresa adjudicatària.
- Lliurament de la documentació interna de la URV.

La URV i l'empresa adjudicatària definiran les persones responsables de la coordinació de l'execució contractual a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec. Per part de l'empresa adjudicatària la persona responsable serà el o la cap de projecte.

Ambdues persones responsables es trobaran presencial o virtualment totes les vegades que sigui necessari a petició de la URV per tal de tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que s'està executat de conformitat amb aquest plec.

L'empresa adjudicatària informarà a la URV el còmput d'hores de dedicació per cada membre de l'equip durant el contracte, des de l'inici fins a la data de finalització.

L'actualització de les hores de dedicació es presentarà amb una periodicitat mínima setmanal.

8. Confidencialitat

L'empresa adjudicatària està obligada a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte.

Mercè Ribé Pallarès, cap del Gabinet de Comunicació i Màrqueting.



Codi de verificació: abf78ea95b11802

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça:
<http://contractacio.urv.cat/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=abf78ea95b11802>