

EXPEDIENT: D154-2025/153

CONTRACTE: SERVEIS DE COMUNICACIÓ PER AL SUPORT AL PROJECTE D'AMPLIACIÓ DEL MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA, INCLOENT SERVEIS DE COMUNICACIÓ, PRODUCCIÓ GRÀFICA I AUDIOVISUAL, I COORDINACIÓ D'ACCIONS INSTITUCIONALS, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOCIAL I AMBIENTAL

DOCUMENT: PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

## **1. Objecte del contracte**

L'objecte del present contracte és la contractació de diversos serveis professionals de comunicació vinculats al projecte d'ampliació i transformació del Museu Nacional d'Art de Catalunya (d'ara endavant, Museu).

El contracte inclou serveis de comunicació estratègica, producció gràfica i audiovisual, gestió de canals digitals, relacions amb mitjans i desplegament d'accions comunicatives arreu del territori.

Els serveis hauran de garantir una comunicació integral, multicanal i participativa, alineada amb els valors institucionals del Museu i amb l'estratègia del Nou MNAC, que contribueixi a generar coneixement, vincles de pertinença i complicitat social al voltant del projecte, posant en valor els actius existents i les complicitats territorials i comunitàries.

El contracte es divideix en 3 lots:

- Lot 1: Campanya multicanal i territorial del Nou MNAC, integrada en l'estratègia comunicativa institucional
- Lot 2: Producció de continguts gràfics i audiovisuals
- Lot 3: Gestió de canals digitals i de premsa

Dins l'objecte del contracte s'incorporen condicions de contractació pública sostenible amb l'objectiu d'aconseguir una major qualitat, d'acord amb l'article 145.2 i 3 de la Llei 9/2017 de Contractes del Sector Públic (en endavant LCSP), i arran de la política de Responsabilitat Social implantada al Museu, que incideix en els diversos àmbits de la seva actuació, entre els quals, el de la contractació administrativa.

LOT 1 - CAMPANYA MULTICANAL I TERRITORIAL DEL NOU MUSEU,  
INTEGRADA EN L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA INSTITUCIONAL

DOCUMENT: PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

## **1. Objecte del lot**

Contractació d'un servei per al desenvolupament i execució d'una campanya integral de comunicació vinculada al Nou MNAC, que assegurï una projecció institucional coherent, participativa i descentralitzada, en alineació amb l'estratègia global de comunicació del Museu. Inclou la ideació de campanyes.

Els serveis inclouen:

### **1- Creació del concepte creatiu i desenvolupament del pla global de comunicació**

- Proposta d'un concepte creatiu i d'un pla de comunicació amb objectius, missatges, públics, fases i canals.
- Coordinació amb l'estratègia institucional del Museu, especialment amb els diferents *stakeholders* del Museu i el seu mapa d'aliances.
- Definició d'una narrativa compartida i d'un marc estratègic unificat.

## **2. Desplegament territorial i multicanal de la campanya**

- Organització d'accions institucionals i descentralitzades arreu del territori.

- Disseny d'accions figitals (integració de formats físics i digitals) maximitzant-ne l'accessibilitat.
- Activació d'aliances i complicitats locals.
- Coordinació transversal amb equips interns, aliats externs i proveïdors.

### **3. Execució d'esdeveniments i accions participatives**

- Producció d'esdeveniments, activitats *pop-up* i accions comunitàries amb implicació activa de la ciutadania i agents del territori.
- Coordinació comunicativa i logística d'accions vinculades a programacions culturals descentralitzades, amb centralització i distribució de materials, seguiment de l'execució i gestió de suport als participants.
- Supervisió logística i documentació de les accions.

### **4. Seguiment estratègic i suport transversal**

- Monitoratge d'indicadors i elaboració d'informes d'impacte.
- Disponibilitat d'una bossa d'hores de suport en comunicació estratègica per a coordinació, assessorament i alineació transversal amb altres línies comunicatives del Museu.

### **5. Perfils professionals i hores de dedicació mínimes**

Per realitzar les tasques i funcions definides en aquest lot es defineixen els perfils professionals i hores de dedicació següents:

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| 1 Director/a creatiu/va                                | 150 hores |
| 1 Gestor de projectes                                  | 150 hores |
| 1 Copywriter o redactor publicitari                    | 200 hores |
| 1 Dissenyador gràfic                                   | 200 hores |
| 1 Coordinador/a d'accions territorials i esdeveniments | 200 hores |
| 1 Tècnic/a de producció d'activitats                   | 200 hores |

## **6. Requisits generals del servei**

L'agència contractada haurà de garantir que tots els serveis i materials produïts compleixin amb els estàndards de qualitat establerts pel Museu i el projecte del Nou Museu.

En aquest sentit, s'hauran de seguir les següents condicions:

- Compliment del llibre d'estil del Museu: Tots els materials gràfics, audiovisuals i de comunicació hauran de respectar les directrius establertes en el llibre d'estil del Museu, que defineix els elements de la identitat corporativa (tipografia, colors, logotips, etc.), el to de la comunicació i les línies generals d'estil.
- Ús dels manuals visuals i d'imatge del Nou Museu: Els materials creats per l'agència han de seguir estrictament les directrius establertes en els manuals visuals del projecte del Nou Museu. Aquests manuals proporcionaran les pautes específiques per garantir la coherència visual i el disseny del material que es generarà al llarg del contracte.

- **Avaluació de la qualitat tècnica:** L'agència haurà de garantir que la producció de tots els materials compleixi amb els estàndards tècnics establerts, assegurant-se que es mantingui la millor qualitat possible en tots els aspectes visuals i sonors dels materials creats.
- **Revisió i aprovació prèvia:** Tots els materials produïts per l'agència seran sotmesos a revisió i aprovació per part del Departament de Comunicació del Museu abans de la seva publicació o difusió. Aquesta revisió garantirà que els materials compleixen amb les directrius establertes i amb els objectius comunicatius del projecte.
- **Accessibilitat universal:** Els materials creats hauran de seguir els criteris d'accessibilitat universal, garantint que siguin comprensibles i utilitzables per a tota mena de públics, incloses persones amb capacitats diverses. Complir els criteris WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) per a materials digitals, ús de llenguatge clar i inclusiu o la subtitulació i audiodescripció en materials audiovisuals i lectura fàcil.
- **Servei trilingüe:** L'agència haurà de comptar obligatòriament amb competència trilingüe del català, castellà i anglès i garantir la correcció lingüística de cada idioma en tots els missatges comunicatius.

Barcelona, a 30 de juny de 2025

LOT 2 - PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS GRÀFICS I AUDIOVISUALS

DOCUMENT: PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

### **1. Objecte del lot**

Contractació d'un servei professional per al disseny, creació i adaptació de materials gràfics i audiovisuals per a la comunicació del Nou MNAC. Els materials han de ser versàtils, multiplataforma i coherents amb la identitat visual i l'estratègia comunicativa global del projecte. El servei abasta la producció completa, des de la conceptualització fins al lliurament final en els formats requerits. No inclou la impressió ni la distribució de materials físics.

### **2. Disseny i producció de materials gràfics\***

- Creació de materials institucionals i promocionals per a suports físics i digitals (cartells, fulletons, memòries, presentacions, dossiers, etc.).

*\*No s'inclou la impressió dels materials en suports físics.*

- Adaptació de continguts visuals a diferents formats i canals de comunicació.
- Disseny d'infografies, gràfics explicatius i relatoria visual per a accions informatives i esdeveniments.

### **3. Producció audiovisual i transmèdia**

- Conceptualització, guionatge i disseny de peces audiovisuals en múltiples formats (vídeos institucionals, clips curts, peces per xarxes, etc.).
- Enregistrament, edició i postproducció audiovisual amb criteris d'accessibilitat i qualitat.
- Preparació dels materials en diversos formats i resolucions per a xarxes socials, web i ús intern.

#### **4. Supervisió i coordinació**

- Coordinació amb l'equip del Museu i amb els diferents agents interns i externs implicats en la comunicació del projecte.
- Gestió de terminis, recursos i qualitat tècnica.
- Avaluació dels resultats comunicatius dels materials i propostes d'ajust.

#### **5. Perfils professionals i hores de dedicació mínimes**

Per realitzar les tasques i funcions definides en aquest lot es defineixen els perfils professionals amb habilitats creatives, tècniques i de producció per abordar projectes de comunicació, on line i off line, gràfics i audiovisuals amb unes hores mínimes de dedicació següents:

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| 1 Director creatiu / coordinador de projecte | 250 hores |
| 1 Gestor de projectes                        | 400 hores |



|                                          |           |
|------------------------------------------|-----------|
| 1 Copywriter o redactor publicitari      | 400 hores |
| 1 Dissenyador gràfic                     | 400 hores |
| 1 Realitzador/a audiovisual              | 200 hores |
| 1 Operador/a de càmera                   | 150 hores |
| 1 Guionista / redactor/a audiovisual     | 100 hores |
| 1 Editor/a i postproductor/a             | 200 hores |
| 1 Coordinador/a de producció audiovisual | 100 hores |

## 6. Requisits generals del servei

L'agència contractada haurà de garantir que tots els serveis i materials produïts compleixin amb els estàndards de qualitat establerts pel Museu i el projecte del Nou Museu.

En aquest sentit, s'hauran de seguir les següents condicions:

- Compliment del llibre d'estil del Museu: Tots els materials gràfics, audiovisuals i de comunicació hauran de respectar les directrius establertes en el llibre d'estil del Museu, que defineix els elements de la identitat

corporativa (tipografia, colors, logotips, etc.), el to de la comunicació i les línies generals d'estil.

- Ús dels manuals visuals i d'imatge del Nou Museu: Els materials creats per l'agència han de seguir estrictament les directrius establertes en els manuals visuals del projecte del Nou Museu. Aquests manuals proporcionaran les pautes específiques per garantir la coherència visual i el disseny del material que es generarà al llarg del contracte.
- Avaluació de la qualitat tècnica: L'agència haurà de garantir que la producció de tots els materials compleixi amb els estàndards tècnics establerts, assegurant-se que es mantingui la millor qualitat possible en tots els aspectes visuals i sonors dels materials creats.
- Revisió i aprovació prèvia: Tots els materials produïts per l'agència seran sotmesos a revisió i aprovació per part del Departament de Comunicació del Museu abans de la seva publicació o difusió. Aquesta revisió garantirà que els materials compleixen amb les directrius establertes i amb els objectius comunicatius del projecte.
- Accessibilitat universal: Els materials creats hauran de seguir els criteris d'accessibilitat universal, garantint que siguin comprensibles i utilitzables per a tota mena de públics, incloses persones amb capacitats diverses. Complir els criteris WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) per a materials digitals, ús de llenguatge clar i inclusiu o la subtitulació i audiodescripció en materials audiovisuals i lectura fàcil.

- Servei trilingüe: L'agència haurà de comptar obligatòriament amb competència trilingüe del català, castellà i anglès i garantir la correcció lingüística de cada idioma en tots els missatges comunicatius.

Barcelona, a 30 de juny de 2025

LOT 3 - GESTIÓ DE CANALS DIGITALS I DE PREMSA

DOCUMENT: PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES

### **1. Objecte del lot**

Gestió operativa de la presència digital i el suport a les accions de premsa del projecte del Nou MNAC, amb una especial atenció a la coordinació comunicativa amb l'estratègia institucional del Museu.

L'objectiu és assegurar una comunicació coherent, actualitzada i estratègica en l'entorn digital i en la relació amb mitjans.

### **2. Gestió i dinamització de canals digitals**

Creació, publicació i actualització de continguts per a xarxes socials, web i *newsletters*.

- Coordinació del calendari de publicacions i foment de la interacció amb les comunitats digitals.
- Optimització tècnica i estratègica dels canals digitals (estructura, accessibilitat, SEO).

### **3. Seguiment, anàlisi i aliances digitals**

- Elaboració d'informes periòdics sobre rendiment, audiències i impacte.
- Propostes de millora contínua en base a indicadors i KPIs digitals.

- Identificació de perfils, canals o accions digitals estratègiques per a la difusió del projecte.

#### **4. Suport a accions de premsa i comunicació institucional.**

- Redacció i difusió de notes, convocatòries i altres materials destinats a mitjans, especialment a la premsa local i de proximitat.
- Coordinació amb l'equip del Museu i altres agents implicats per garantir coherència comunicativa.

#### **5. Perfils professionals i hores de dedicació del lot 3**

Per realitzar les tasques i funcions definides en aquest Lot 4 es defineixen els perfils professionals i hores de dedicació següents:

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| 1 Periodista o expert/a en comunicació institucional | 200 hores |
| 1 Community manager                                  | 300 hores |
| 1 Copywriter o redactor publicitari                  | 300 hores |
| Tècnic/a de CMS i optimització SEO                   | 200 hores |

#### **6. Requisits generals del servei**

L'agència contractada haurà de garantir que tots els serveis i materials produïts compleixin amb els estàndards de qualitat establerts pel Museu i el projecte del Nou Museu.

En aquest sentit, s'hauran de seguir les següents condicions:

- Compliment del llibre d'estil del Museu: Tots els materials gràfics, audiovisuals i de comunicació hauran de respectar les directrius establertes en el llibre d'estil del Museu, que defineix els elements de la identitat corporativa (tipografia, colors, logotips, etc.), el to de la comunicació i les línies generals d'estil.
- Ús dels manuals visuals i d'imatge del Nou Museu: Els materials creats per l'agència han de seguir estrictament les directrius establertes en els manuals visuals del projecte del Nou Museu. Aquests manuals proporcionaran les pautes específiques per garantir la coherència visual i el disseny del material que es generarà al llarg del contracte.
- Avaluació de la qualitat tècnica: L'agència haurà de garantir que la producció de tots els materials compleixi amb els estàndards tècnics establerts, assegurant-se que es mantingui la millor qualitat possible en tots els aspectes visuals i sonors dels materials creats.
- Revisió i aprovació prèvia: Tots els materials produïts per l'agència seran sotmesos a revisió i aprovació per part del Departament de Comunicació del Museu abans de la seva publicació o difusió. Aquesta revisió garantirà que els materials compleixen amb les directrius establertes i amb els objectius comunicatius del projecte.

- Accessibilitat universal: Els materials creats hauran de seguir els criteris d'accessibilitat universal, garantint que siguin comprensibles i utilitzables per a tota mena de públics, incloses persones amb capacitats diverses. Complir els criteris WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) per a materials digitals, ús de llenguatge clar i inclusiu o la subtitulació i audiodescripció en materials audiovisuals i lectura fàcil.
- Servei trilingüe: L'agència haurà de comptar obligatòriament amb a competència trilingüe del català, castellà i anglès i garantir la correcció lingüística de cada idioma en tots els missatges comunicatius.

Barcelona, a 30 de juny de 2025