

**PLEC TÈCNIC DE CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GABINET DE PREMSA I
COMUNICACIÓ DIGITAL DEL GRAND DÉPART TOUR FRANCE BARCELONA 2026 AMB
MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE****1. INTRODUCCIÓ**

L'Institut Barcelona Esports, en endavant l'IBE, és el responsable de la gestió municipal en matèria esportiva de la ciutat de Barcelona. Entre les seves línies d'actuació destaca l'organització d'actes esportius populars, la promoció esportiva, la gestió de la xarxa d'equipaments municipals esportius, o la projecció esportiva internacional de la ciutat mitjançant l'organització de grans esdeveniments esportius. En aquest context, Barcelona acollirà el Grand Départ del Tour de França en el 2026 (en endavant GDTFB)

El Tour de França és la prova de ciclisme en ruta més important a tot el món des de la seva creació al 1903. Es tracta de la carrera més antiga de les conegudes com les tres "grans voltes" del ciclisme, juntament amb el Giro d'Itàlia i la Volta a Espanya.

El Tour de França és un dels esdeveniments més populars del món. En 2023, segons dades de l'organització, 100 cadenes de televisió van seguir la prova, 60 d'elles amb retransmissió en directe, i 2.000 periodistes van seguir les proves. El càlcul de les audiències els situa amb uns 150 milions d'espectadors només a Europa.

En l'aspecte digital, compten amb més de 100 milions de visualitzacions en mitjans digitals i 12 milions de seguidors als seus perfils oficials a les principals xarxes socials. El seu web registra més de 80 milions de visites, de les quals 52 milions són de caràcter internacional.

Aquest gran esdeveniment suposa una gran oportunitat per a impulsar l'estratègia d'internacionalització de Barcelona, dinamitzador de l'economia de la ciutat i apropar aquest gran esdeveniment a la ciutadania. L'organització del GDTFB comportarà diferents actes de promoció i comunicació durant l'any 2025 i fins a la data de la celebració de la prova amb l'objectiu de donar a conèixer la competició i la celebració de l'esdeveniment.

La campanya de promoció de la competició anirà acompanyada d'una estratègia de comunicació per donar a conèixer les grans cites amb el Tour de França que, entre d'altres, seran:

Març 2026 Compte enrere dels 100 dies per al començament del GDTFB.

Maig 2026 Festa del Tour de França, esdeveniment popular obert i gratuït.

Juny 2026 Inauguració del Fan Park del Tour de França.

Juliol 2026 Inauguració del Centre Permanent i Centre de Premsa.
Esdeveniment de la Presentació Oficial dels equips.
La primera etapa tindrà lloc el dia 4 de juliol, la segona etapa el dia 5 de juliol i la tercera etapa el dia 6 de juliol.

A banda d'aquests esdeveniments, la ciutat de Barcelona també té previst organitzar esdeveniments per promocionar el ciclisme entre la ciutadania. Aquestes accions de promoció del ciclisme i de l'esdeveniment del Tour de França també formaran part de l'estratègia comunicativa.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte és la prestació del **serveis de gabinet de premsa i comunicació digital del Grand Départ Tour de France Barcelona 2026**, amb mesures de contractació pública sostenible.

3. OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

- 3.1. Posicionar Barcelona com a capital internacional de l'esport i del ciclisme.
 - Donar a conèixer la tradició ciclista de Barcelona
 - Fomentar el coneixement del ciclisme com un dels esports que es poden practicar a la ciutat
- 3.2. Enfortir la imatge de Barcelona i de Catalunya com a seu de grans esdeveniments esportius, impulsant el sentiment d'orgull local i l'atracció de potencials competicions internacionals.
 - Traslladar la capacitat organitzadora de Barcelona per organitzar grans esdeveniments esportius
 - Potenciar el sentiment d'orgull, entusiasme i alegria local, fent sentir el GDTFB com una gran festa de ciutat
 - Posicionar Barcelona com a destinació atractiva per a futures competicions i congressos esportius
 - Incorporar tot el teixit social i empresarial a la festa del Grand Départ
- 3.3. Traslladar el llegat que deixarà la celebració de l'esdeveniment a la ciutat.
 - Milliores en infraestructures
 - Increment de la pràctica esportiva
 - Promoció de la pràctica esportiva del ciclisme entre les noves generacions

- 3.4. Promoure la mobilitat sostenible entre la ciutadania local, teixit empresarial i les persones visitants i turistes.
- Apropar la bici a la ciutadania i fomentar-ne el seu ús, en tant que transport saludable i sostenible, especialment aquelles persones que encara no estan familiaritzades amb aquest transport.
 - Donar a conèixer l'oferta dels carrils bici urbans i sistemes de transport públic basats en l'ús compartit de bicicletes, com el servei de Bicing Barcelona, com a fórmula de transport metropolità sostenible i saludable.
- 3.5. Donar a conèixer la celebració del Grand Départ a Barcelona i fer partícip a la ciutadania de l'esdeveniment:
- Donar a conèixer, amb anticipació, tot el que passarà a Barcelona i a Catalunya el juliol de 2026, quan la ciutat es convertirà en capital mundial del ciclisme
 - Comunicació de servei (afectacions a la mobilitat, al trànsit, etc.) durant la celebració del Grand Départ.
 - Fer partícip a ciutadania i visitants dels actes i esdeveniments que s'organitzaran amb motiu de la celebració del GDTFB.
 - Fomentar la participació de la ciutadania als programes de voluntariat.

PÚBLIC OBJECTIU

- **Audiència local:** Ciutadania de Barcelona i l'àrea metropolitana
 - Infants i joves (< 18 anys)
 - Joves (18-30 anys)
 - Famílies
 - Esportistes
 - Ciutadania no familiaritzada amb el ciclisme
 - Voluntariat potencial
 - Comunitat ciclista i persones seguidores
 - Entitats i clubs esportius



- **Audiència Espanya i internacional:**
 - Turistes (Espanya i internacional / Europa)
 - Comunitat estrangera resident a Barcelona i resta de Catalunya
 - Seguidors i seguidors del Tour de França a escala global
- **Audiència inversora:**
 - Empreses
 - Patrocinadors
 - Inversors interessats en el potencial econòmic de Barcelona
- **Audiència institucional:**
 - Administracions
 - Entitats públiques
 - Mitjans de comunicació
- **Targets prioritaris** (han de formar part del pla de comunicació, de forma recurrent)
 - Audiència local i institucional
- **Targets secundaris** (han de formar part del pla de comunicació, de forma puntual):
 - Audiència Espanya i internacional
 - Audiència inversora

4. SERVEIS DE GABINET DE PREMSA I COMUNICACIÓ DIGITAL (PÀGINA WEB I XARXES SOCIALS)

4.1. Servei de gabinet de premsa i comunicació

Serveis inclosos en el servei de gabinet de premsa i comunicació

Les empreses licitadores hauran d'incloure les tasques pròpies de gabinet de premsa i comunicació relacionades amb el GDTFB. Són, entre altres:

- Elaboració del Pla de Comunicació amb el calendari de les principals cites comunicatives i del Pla de Mitjans
- Servei de clipping diari i d'alertes informatives relacionades amb l'objecte d'aquest contracte (GDTFB)
- Informes de repercussió per campanyes o accions concretes amb mitjans a petició de l'IBE



- Planificació i organització de rodes de premsa, compareixences, entrevistes i altres esdeveniments informatius
- Elaboració de dossiers, convocatòries, notes de premsa, argumentaris, etc
- Disseny i producció de materials de suport pels esdeveniments informatius com presentacions, imatges estàtiques, vídeos, roll-up, etc
- Cerca d'oportunitats als mitjans per a la captació d'entrevistes, reportatges o altres peces informatives i preparació del contingut necessari
- Atenció a mitjans locals i estrangers
- Relació amb mitjans generalistes i especialitzats que vulguin fer cobertures sobre el GDTFB
- Redacció de textos per a publicacions, fullets i altres elements publicitaris (*branded content*)
- Elaboració i enviament de Newsletters
- Tasques pròpies de la relació, coordinació i validació amb els diferents Gabinets de Comunicació de les institucions implicades
- Argumentari per a autoritats i mitjans
- L'empresa adjudicatària pot haver de crear i editar vídeos per a les accions comunicatives
- Realització de gràfics i infografies

Coordinació del servei de gabinet de premsa i comunicació

Les prestacions mínimes que constitueixen el servei de gabinet de premsa dins d'aquesta licitació són les següents:

- Serà necessària l'assistència **tècnica d'una (1) persona encarregada de la coordinació amb l'organització del Tour, amb el Departament de Comunicació i Premsa de l'IBE i amb els interlocutors designats per les altres institucions implicades.**
- La persona que assumeixi aquesta responsabilitat i les tasques de la coordinació, haurà de dominar les dues (2) llengües oficials de Catalunya (català i castellà) i tenir capacitat d'interlocució directa amb l'organització del Tour en anglès i/o francès.
- La persona que assumeixi aquesta funció proposarà la metodologia amb la que es vol treballar i vetllarà pel correcte compliment dels objectius consensuats amb el Departament de Comunicació i Premsa de l'IBE.

4.2. Pàgina web Grand Départ Tour de France

L'empresa adjudicatària haurà de responsabilitzar-se de seguir l'estratègia digital creada per l'Ajuntament de Barcelona, conceptualitzar, dissenyar i

desenvolupar el web, creant l'arquitectura de la informació (estructura del lloc), el disseny gràfic responsiu per a diferents dispositius i resolucions, la programació en el sistema escollit per l'Ajuntament, la redacció, producció gràfica necessària i la inserció de continguts.

El projecte web serà escalable i s'adaptarà als diferents moments comunicatius previstos.

- Per a la conceptualització, hauran de tenir-se en compte els següents lliurables:
 - Conceptualització i arquitectura de continguts: s'haurà de preveure un web escalable per fases
 - Prototip exhaustiu del web navegable en el sistema triat per l'Ajuntament: ha de preveure la possible convivència i interrelació amb els webs del Tour de France i webs municipals de rellevància pel projecte com Mobilitat, Meet i Esports.
 - La conceptualització ha de tenir una cura especial de la versió mòbil, tenint en compte que bona part dels usuaris accediran al web des de dispositius mòbils.
 - Catàleg de col·lectius destinataris.
 - Catàleg de continguts: tipus, catalogacions, etc.
- Per al disseny gràfic, els lliurables seran:
 - Disseny responsiu navegable de tot el web en el sistema triat per l'Ajuntament
 - El disseny ha d'incloure la declinació corresponent de la creativitat específica del projecte
 - El disseny ha de respectar la guia gràfica municipal
 - El disseny ha de complir amb les pautes d'accessibilitat WCAG 2.1
- Per a la programació, caldrà tenir en compte:
 - El web s'ha de desenvolupar a partir d'un perfil municipal
 - S'hauran d'integrar els mòduls corporatius que siguin necessaris pel projecte (notícies, agenda, plànol BCN, etc)
 - Ha d'incloure els elements corporatius establerts a les guies: barra corporativa, codi d'indicadors corporatiu, footer, favicon municipal i cookiebot.
 - El desenvolupament ha de permetre l'escalabilitat del web en funció de les diferents fases previstes al prototip.
 - El web ha d'estar xifrat (https) i s'haurà d'allotjar als servidors municipals.
 - El desenvolupament ha de ser responsiu, amb el ajustos que calgui per optimitzar millor la versió mòbil. El web s'ha de veure correctament en les diferents resolucions dels dispositius de sobretaula i mòbils.

- El web s'ha de poder visualitzar correctament en les últimes versions dels navegadors més utilitzats (Firefox, Google Chrome, Safari i Microsoft Edge).
 - El web ha de complir amb les pautes d'accessibilitat WCAG 2.1
 - El web ha de ser multiidioma (català, castellà, anglès i francès)
 - El web NO haurà d'allotjar dades personals. Si cal recollir dades personals per a la inscripció a algun esdeveniment, caldrà utilitzar el sistema d'inscripcions a esdeveniments corporatiu.
- Per als continguts, caldrà tenir en compte:
- Redacció de tots els copys i continguts del web, incloses les metadades necessàries per SEO i les alternatives requerides segons les pautes d'accessibilitat WCAG 2.1
 - Revisió lingüística i/o traducció de tots els continguts en 4 idiomes: català, castellà, anglès i francès
 - Producció i/o adaptació de les imatges, vídeos, banners, etc
 - Inserció de tots els continguts del web en els quatre idiomes
 - Actualització dels continguts durant tota la fase del projecte
 - Els continguts inclouran, entre altres, temes relacionats amb la identitat barcelonina, la cultura, la promoció turística, la vinculació de l'afició catalana al Tour de França, esdeveniments paral·lels, etc., així com continguts propis de ciclisme i el foment de l'ús de la bicicleta, i de qualsevol activitat institucional que es generi en l'entorn.

En termes generals, el web haurà de complir amb **els criteris gràfics, de SEO, tècnics, lingüístics, d'accessibilitat i legals** establerts a la Guia de Comunicació Digital de l'Ajuntament de Barcelona i qualsevol altre requisit especificat per la Direcció de Comunicació i/o l'Institut Municipal d'Informàtica.

Les especificacions tècniques, legals i de continguts que s'han de complir estan recollides a <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/>. El web ha de complir els requisits d'accessibilitat de la Unió Europea recollits al Reial decret 1112/2018, de 7 de setembre, sobre l'accessibilitat dels llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils del sector públic (WCAG 2.1. <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>) i amb qualsevol altre requisit especificat per l'Institut Municipal d'Informàtica.

L'empresa adjudicatària haurà de responsabilitzar-se de la generació de continguts i actualització permanent de la pàgina web durant la duració del contracte, inclosos els dies festius i caps de setmana. També serà necessària l'assistència **d'una (1) persona de l'equip encarregada, si s'escau, de la coordinació amb l'organització del Tour, amb el departament de Comunicació i Premsa de l'IBE i amb la resta d'interlocutors que correspongui.**

Els continguts inclouran, entre altres, temes relacionats amb la identitat barcelonina, la cultura, la promoció turística, la vinculació de l'afició catalana al Tour de França, esdeveniments paral·lels, etc., així com continguts propis de ciclisme i el foment de l'ús de la bicicleta, i de qualsevol activitat institucional que es generi en l'entorn.

Altres consideracions relacionades amb els serveis de web:

- L'empresa adjudicatària es responsabilitzarà de totes les tasques tècniques necessàries per a l'elaboració i el manteniment d'informacions que hagin d'aparèixer al web del GDTFB, tant la gestió de continguts com del propi manteniment tècnic del web, tot segons normativa municipal i durant tot el període de vigència del contracte. Les tasques inclouen:
 - recerca informativa de continguts web, elaboració i redacció de notícies i apartats informatius del web. El servei inclou la recerca i obtenció d'informació tant amb diferents departaments de l'IBE com d'entitats i organitzacions externes.
 - planificació setmanal i quinzenal de les notícies que apareixeran al web.
 - manipulació i tractament de qualsevol element gràfic i/o audiovisual necessari per complementar la informació
 - creació de banners estàtics i/o amb animació.
 - producció de recursos visuals com vídeos, gifs, animacions, streaming, infografies...
 - l'actualització de les informacions es farà, de forma ordinària, dintre de les 12 hores posteriors a la petició. En casos de molta urgència, i de forma puntual, el departament de comunicació de l'IBE podrà sol·licitar a l'empresa adjudicatària que faci aquesta actualització en menys de 3 hores.
 - L'empresa adjudicatària garantirà la producció diària de mínim 1 noti web, la publicació de les quals haurà estat validada, si s'escau, per l'IBE. Els continguts del web s'actualitzaran diàriament i estaran penjats i actualitzats al web abans de les 9 del matí.

4.3. Xarxes socials

L'empresa adjudicatària s'encarregarà de la creació de continguts relacionats amb la celebració del GDTFB sota la coordinació del departament de comunicació de l'IBE, el qual s'encarregarà de marcar l'estratègia de comunicació i de decidir, en coordinació amb la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, els canals més adequats per a cada contingut en funció de la temàtica o el target previst, d'entre els canals municipals.

Els continguts per a XXSS també inclouran, entre altres, temes relacionats amb la identitat barcelonina, la cultura, la promoció turística, la vinculació de l'afició catalana al Tour de França, esdeveniments paral·lels, etc., així com continguts

propis de ciclisme i el foment de l'ús de la bicicleta i de qualsevol activitat institucional que es generi en l'entorn.

La gestió de continguts s'haurà de fer en l'idioma de cada canal, bàsicament en català i en alguns casos en castellà i/o en anglès i francès.

L'empresa adjudicatària elaborarà un **Pla de comunicació online** que incorpori i integri l'estratègia de comunicació on-line del GDTFB, marcada pel departament de xarxes socials de l'Ajuntament de Barcelona en col·laboració amb l'IBE

Aquest document recollirà els següents items:

- valoració de l'activitat a xarxes i proposta de millora d'acord amb els objectius establerts: *engagement* de la marca
- recomanacions d'eines i solucions 2.0
- monitorització i seguiment del sector esportiu, especialment el que es pugui
- vincular amb la celebració del Tour de França i Barcelona
- aprofitament d'aquest seguiment per generar possibles idees i identificar tendències
- protocols de reacció immediata davant esdeveniments, fets, notícies... destacades o de gran interès
- accions per contactar amb públics que puguin interessar, i cercar possibles col·laboracions amb tercers. Mantenir relacions amb els públics d'interès
- disseny de KPI's per mesurar rendibilitats i desenvolupaments de les accions realitzades des dels canals de l'IBE.
- gestió i disseny de millores en funció d'aquests indicadors.
- proposta d'accions de comunicació interna
- aquest pla de comunicació serà un document obert que s'anirà completant i treballant entre ambdues parts.
- aquest informe es lliurarà al departament de Comunicació de l'IBE, per part de l'empresa adjudicatària, dintre dels primer mes a comptar de la data de formalització del contracte.

Creació de continguts

L'empresa adjudicatària desenvoluparà l'estratègia on-line determinada pel departament de Comunicació i Premsa de l'Institut Barcelona Esports. El servei inclou la conceptualització, disseny i gestió dels continguts necessaris per posar en marxa l'estratègia comunicativa: disseny i producció de visuals per a xarxes, edició de peces dinàmiques i de vídeo (reels, stories, carousels, etc.), redacció, correcció i traducció de còpies, etc.

Amb aquest objectiu, l'empresa adjudicatària haurà de:



- Cobrir els actes esportius o promocionals del GDTFB que l'IBE determini a través de notes de premsa, notícies, fotografies, materials audiovisuals, etc. L'empresa adjudicatària haurà de garantir la presència d'una o més persones durant la celebració de cada acte que s'hagi de cobrir. La celebració dels actes pot ser en dies laborables o en dies festius.
- Elaboració d'informes mensuals on s'avaluïn possibles accions generadores de tendències.
- Gestió i implementació de campanyes pròpies (planificades prèviament amb el departament de comunicació de l'IBE) dissenyades estratègicament per a cada un dels perfils de xarxes socials; facebook, Instagram...
- Gestió i implementació d'estratègies push a les xarxes socials: Aquestes accions formen part d'un Pla de mitjans i inclouen la proposta, coordinació, implementació i gestió de tota la campanya per a cada un dels diferents canals de social media. Aquest punt inclou també la confecció de les adaptacions de les imatges i dels missatges per a cada un dels formats publicitaris contractats.
- Creació de biblioteques de continguts amb l'objectiu de viralitzar una activitat i/o confeccionar biblioteques de Hootsuit, Metricool o qualsevol proveïdor indicat per l'Ajuntament.
- Interacció i menció amb la comunitat d'usuaris/usuàries (converses, comentaris i mencions): L'empresa adjudicatària monitoritzarà diferents hashtags relacionats amb els esdeveniments i polítiques esportives de la ciutat, especialment el ciclisme, i donarà resposta als dubtes o comentaris que arribin relacionats amb el GDTFB en el perfils municipals implicats.
- Definició i recerca del target al qual es vol arribar amb les accions de comunicació online.
- Potenciació de l'*engagement*: l'adjudicatari treballarà els continguts amb l'objectiu de fomentar l'engagement de les comunitats amb més seguidors i seguidores en els perfils mitjançant diverses tècniques, oferint continguts atractius i interessants per tal que es comparteixin entre la comunitat de seguidors, fomentant les interaccions, etc.

Seguiment i avaluació

Per fer seguiment de l'estratègia on-line, l'empresa adjudicatària haurà de lliurar **informes i mètriques** per al control de l'estat de les xarxes socials en col·laboració amb el departament de xarxes socials i el servei d'indicadors de l'Ajuntament de Barcelona:

- Informe sobre la resposta de cada campanya de comunicació. Després de cada campanya de comunicació, l'empresa adjudicatària lliurarà un informe de valoració sobre el comportament de les diferents accions portades a terme a les xarxes socials de l'IBE, el qual analitzarà possibles errors i/o



plantejarà possibles millores. Aquest informe es lliurarà dintre de la setmana següent a la finalització de cada campanya.

- Informe mensual d'avaluació d'indicadors qualitius i quantitatiu.
Es realitzarà un informe mensual on s'especifiqui el desenvolupament i la participació dels seguidors a les xarxes socials i a les webs del Grand Départ. Aquest informe especificarà l'evolució i l'impacte de cada un dels perfils a les xarxes socials, també de les pàgines webs. S'inclouran resultats sobre el posicionament SEO (Search Engine Optimization), informació sobre la popularitat (reputació a les xarxes, estratègies de popularitat, link baiting, linkbuilding...), rellevància on-page (cerca de paraules, selecció de paraules clau...), indexabilitat (accessibilitat per als cercadors, arquitectura de la informació...). Aquest informe inclourà anàlisi, valoracions i mètriques que permetin visualitzar l'engagement dels continguts de les xarxes socials.
- Informes sobre accions urgents. En cas de sol·licitar-se el seguiment urgent d'un hashtag, conversació o crisi a les xarxes socials, aquesta resposta es farà efectiva, per escrit, dintre de les 2 hores següents a la seva petició. Aquest servei aplica també els caps de setmana i dies festius.
- Informe de contracte: Un cop acabat el GDTFB 2026, l'adjudicatari elaborarà un informe global de tancament del projecte on s'inclouran les valoracions qualitatives i quantitatives de tots els serveis i tasques realitzades.

Altres consideracions del serveis de XXSS

- Disseny i implementació d'un calendari editorial compartit.
Confecció d'un calendari editorial que contingui una visió global del tractament dels continguts que permeti organitzar la comunicació i que respongui a l'estratègia marcada. Aquest calendari haurà de concretar-se en una graella de validació setmanal, on l'empresa adjudicatària inclourà una proposta de difusió de continguts a partir les prioritats de comunicació dels esdeveniments i polítiques esportives de la ciutat.
- Seguiment setmanal: L'empresa adjudicatària es reunirà setmanalment amb l'equip de comunicació de l'IBE (a les oficines de l'IBE o per vídeo conferència) i amb el referent assignat al projecte del departament de xarxes socials de l'Ajuntament de Barcelona per tal de programar i coordinar tots els continguts de comunicació. Tanmateix, s'establirà comunicació diària i permanent a través d'un grup de WhatsApp o de Telegram, així com comunicació per correu electrònic i telèfon mòbil. Si s'escau, l'empresa adjudicatària haurà d'estar pendent i formar part també d'altres grups de WhatsApp i/o Telegram municipals.
- Dossier de protocols de situacions emergència o imprevistes.



Elaboració d'un dossier d'actuació que estableixi els protocols de reacció immediata davant d'esdeveniments, fets, notícies... o qualsevol situació de crisi que puguin afectar o interessar a l'IBE en relació amb la celebració del GDTFB. Aquest punt inclou la planificació, disseny i gestió de la informació, l'elaboració i aplicació d'un protocol d'atenció a l'usuari/àries, així com la gestió de la comunicació de la crisi, sempre en coordinació amb el departament de comunicació de l'IBE.

- Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies en web i xarxes socials i lliurament d'informes i mètriques per al control de les accions que es vagin realitzant. En les reunions editorials i de planificació s'espera, per part de l'empresa adjudicatària, l'assessorament tècnic sobre *best practices*, així com recomanacions i darreres propostes tecnològiques i de comunicació portades a la pràctica des de les xarxes socials.
- Recerca i interrelació amb **"influencers" i creadors de contingut**, fonamentalment esportistes o personatges influents a les comunitats virtuals amb relació amb el ciclisme o amb el Tour de França. Caldrà establir un pla d'acció per establir les possibles accions i interrelacions amb aquests (acords, mencions, seguiment actiu...). L'empresa adjudicatària proposarà (cada trimestre) al departament de Comunicació de l'IBE una llista de prescriptors i personatges susceptibles de crear tendència, els quals se seguiran i se'ls farà monitoratge.
- Guàrdies; l'empresa adjudicatària estarà de guàrdia tots els caps de setmana i festius per tal de prestar atenció ciutadana a través dels canals online, així com per resoldre dubtes o consultes que arribin a través de les xarxes socials. També per donar cobertura i difusió als actes i accions esportives planificades pels caps de setmana. Aquest punt també inclou els desplaçament i cobertura dels actes i fites comunicatives que es realitzin els caps de setmana i dies festius.
- Capacitat d'adaptació als canvis i novetats a les xarxes socials. L'empresa adjudicatària estarà pendent als canvis i novetats que apareguin i que puguin millorar la comunicació del GDTFB a través de les xarxes socials. Les propostes de millora i adaptació sempre estaran subjectes a la supervisió i validació del departament de Comunicació de l'IBE.

4.4. Newsletters i/o butlletins digitals

L'empresa adjudicatària proposarà, elaborarà i farà l'enviament de newsletters a les bases de dades rellevants relacionades amb el GDTFB, segons el calendari acordat amb el Departament de Comunicació i Premsa de l'IBE.

Respecte a la redacció, inclou la recerca d'informació, la comprovació i la redacció i el disseny dels continguts i tots els controls de qualitat necessaris pels butlletins. Per a la seva confecció, l'empresa adjudicatària treballarà directament amb el gestor de continguts de disseny i enviament de butlletins que determini l'IBE.

5. DESENVOLUPAMENT GRÀFIC DE LES CAMPANYES

L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar el disseny dels materials gràfics necessaris per al desenvolupament dels plans de comunicació tant online com offline requerits per fer la difusió tant del GDTFB com de les activitats i esdeveniments vinculats.

L'Ajuntament de Barcelona serà l'encarregat de proporcionar els màsters i manuals gràfics a partir de les quals l'empresa adjudicatària haurà de declinar les peces. En tot cas, l'empresa haurà de respectar el manual de normativa gràfica de l'Ajuntament de Barcelona. També haurà de vetllar pel compliment de les directrius gràfiques marcades per l'organitzador del GTDFB, que es posaran a la disposició de l'adjudicatari.

- Materials per a presentacions, rodes de premsa, actes institucionals, etc.

- Presentacions (ppt)
- Infografies
- Disseny d'elements de senyalització (roll ups, vinils, faristols, etc.)
- Vídeos format 16:9
- Dossiers de premsa
- Invitacions

- Materials per a xarxes socials i web

- Visuals estàtics en diferents formats
- Reels 9:16
- Stories 9:16
- Carrousels
- Capçaleres web
- Adaptació d'imatges per al web

6. CONSIDERACIONS GENERALS

Milliores i altres propostes

Les empreses licitadores podran incloure qualsevol millora o proposta relacionades amb l'objecte de la contractació.

Coordinació

L'empresa adjudicatària haurà d'encarregar-se de les tasques descrites en el punt 4.1, 4.2, 4.3, 4.4 i 4.5, seguint en tot moment les indicacions del departament de Comunicació de l'IBE, el qual nomenarà els interlocutors que es considerin necessaris com a referents de l'adjudicatari, tant pel seguiment de la globalitat de l'encàrrec com, si s'escau, per a cada activitat concreta.

L'empresa adjudicatària haurà de coordinar-se entre si per a garantir un òptim resultat, així com amb el Departament de Comunicació i Premsa de l'IBE, Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona i, si s'escau, amb l'organització del Tour i les altres institucions implicades.

A més, també serà necessària la coordinació amb els diferents proveïdors amb els que es treballi en cada moment (fotògrafs, premsa, organitzadors executius, empreses d'audiovisual...) per tal de treballar i publicar el contingut que aquests generin i siguin d'interès per les comunicacions del GDTFB.

7. ALTRES CONSIDERACIONS

La companyia adjudicatària:

- haurà de garantir que la llengua utilitzada en totes les comunicacions exteriors sigui prioritàriament el català. Tanmateix, els webs i els altres productes de comunicació (xarxes socials, butlletins digitals, vídeos, notícies...) contemplaran les respectives versions en castellà, francès i anglès, si escau.
- serà responsable de vetllar perquè tots els textos que apareguin a les diferents comunicacions (webs, xarxes socials, vídeos...) estiguin correctament escrits, sense faltes ortogràfiques ni gramaticals. L'adjudicatari garantirà que totes les publicacions apareguin sense errors lingüístics, i si s'escau, garantirà un servei de traducció i/o correcció urgent. Les publicacions podran ésser publicades en català, castellà, francès i/o anglès. L'adjudicatari garantirà l'ús del llenguatge no sexista en les diferents comunicacions.
- es responsabilitzarà del tractament del material gràfic, fotogràfic i/o audiovisual (mitjançant Photoshop o qualsevol altre programa necessari), complementari de la informació.
- implementarà els continguts mitjançant el gestor de continguts que s'escaigui (*Wordpress, Drupal...*).
- garantirà tot el suport tècnic necessari per a la creació i posada en marxa dels webs i de les xarxes socials.
- allotjarà els webs en el servidor municipal, i/o en els hostings externs, que s'escaiguin.
- crearà i gestionarà els banners estàtics i/o animats necessaris.
- realitzarà infografies, adaptació de capçaleres de *newsletters*...

- gestionarà i coordinarà la cobertura i emissió *en streaming i/o presencial* de les accions i esdeveniments esportius que es determinin

8. EQUIP HUMÀ DESTINAT AL PROJECTE

Equip mínim de 5 persones amb els següents perfils descrits anteriorment:

- 1 persona com a **cap de projecte** i responsable de l'execució i coordinació del contracte: gabinet de premsa, comunicació digital i social media, també serà l'encarregat de l'estratègia, continguts i desenvolupament de les fites comunicatives descrites en el punt 3.1 Dedicació jornada completa. –Titulació universitària en periodisme, comunicació audiovisual o similar. Aquesta persona treballarà des de les oficines de l'IBE o des de qualsevol ubicació que el servei requereixi. L'horari que realitzarà serà de matí i de tarda i es tancarà directament amb el departament de comunicació i premsa de l'IBE, d'acord amb les necessitats dels diferents actes i/o fites comunicatives. Aquest servei també pot implicar treballar, puntualment, els caps de setmana i festius quan l'acte o la fita comunicativa així ho requereixi.
- 1 persona com a **Gestor, Comunicació digital** (Community Manager i gestió de webs), jornada completa; encarregada de l'estratègia i els continguts de comunicació esportiva en els canals digitals. Grau en comunicació Audiovisual o periodisme, o similar.
- 1 persona **dissenyador/a gràfic/a**: disseny de web i xarxes socials, disseny web i animacions web. Jornada de 10h setmanals.
- 1 **programador web**; Tècnic d'àudio i vídeo, programador amb experiència en diverses tecnologies web (html, xhtml, flash...). Jornada de 10h setmanals.

A partir del 1/1/2026 s'incorpora a l'equip:

- 1 persona suport del **Gestor de Comunicació digital**. Jornada de 30h setmanals.

Aquest compromís té caràcter d'obligació essencial i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització i/o de resolució contractual.

9. PROTECCIÓ DE DADES, PROPIETAT INTEL·LECTUAL I CONFIDENCIALITAT

L'Ajuntament de Barcelona, a través de l'IBE, posa especial èmfasi en el compliment de les obligacions legals que es deriven del Reglament General de Protecció de Dades (UE) 2016/679 del Parlament i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades, i de la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de

Dades Personals i Garantia dels Drets Digitals i normes que la desenvolupin, així com la resta de l'ordenament jurídic que li sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable i, especialment, pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal. Tot el projecte i sistema desenvolupat per a la realització d'aquest servei serà propietat de l'IBE.

Clàusula de propietat intel·lectual

L'adjudicatari cedeix a l'Ajuntament de Barcelona, a través de l'IBE, de forma exclusiva, amb caràcter gratuït i per l'àmbit territorial mundial, els drets d'explotació que es derivin de l'autoria de l'objecte d'aquest contracte. En particular cedeix els drets de reproducció, distribució, comunicació pública, publicació i transformació de l'Obra, en qualsevol mitjà o suport, inclosa la publicació en el repositori institucional de l'Ajuntament de Barcelona.

Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a:

- Tractar les dades de caràcter personal a les quals tingui accés en ocasió del compliment del present contracte d'acord amb les instruccions dictades per l'Ajuntament de Barcelona, sense que en cap cas les pugui aplicar ni utilitzar amb una finalitat diferent a aquell compliment, ni comunicar-les, ni tan sols per a la seva conservació, a d'altres persones, i amb la consideració d'encarregat del tractament.
- Guardar secret professional pel que fa a les dades de caràcter personal a les quals tingui accés en ocasió del compliment del present contracte, obligació que subsistirà, fins i tot, un cop el contracte s'hagi extingit, per finalització del seu termini o objecte, per resolució o per qualsevol altra causa legalment admesa o establerta en aquest contracte.
- Guardar secret professional de tota la informació a la que pugui accedir.

Clàusula de protecció de dades

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que són a les instal·lacions informàtiques de l'Ajuntament de Barcelona, i a les quals es considera que el personal de l'empresa o empreses adjudicatàries pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat a la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal i normes que la desenvolupin, així com el Reglament General de Protecció de Dades.

Queda estrictament prohibit qualsevol mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació a la que

personal de l'empresa adjudicatària pugui accedir, tant a través dels arxius municipals com de la interrelació amb els tècnics de l'Ajuntament de Barcelona.

Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absoluta de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Responsable contracte

Esther Olló
Cap de Comunicació i Premsa
Institut Barcelona Esports