



**Ajuntament
de Barcelona**

Institut Municipal d'Hisenda de Barcelona
Departament de Comunicació i Qualitat
Carrer Pallars 200-202, 08005 Barcelona
Tel.93 402 38 17
barcelona.cat/hisenda

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA
CONTRACTACIÓ DE LA CONCEPTUALITZACIÓ I
DESENVOLUPAMENT CREATIU, DISSENY GRÀFIC I
PRODUCCIÓ PER A LA COMUNICACIÓ D'INFORMACIÓ DE
SERVEIS I ALTRES NECESSITATS COMUNICATIVES DEL
DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ I QUALITAT DE
L'INSTITUT MUNICIPAL D'HISENDA AMB MESURES DE
CONTRACTACIÓ SOSTENIBLE.**

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és la conceptualització i desenvolupament creatiu, disseny gràfic i producció fins a màsters o arts finals per a la comunicació d'accions i/o campanyes, dels següents elements: fullets, cartells, baners, gifts animats, infografies i motion graphics i les adaptacions que corresponguin.

2. CONTEXT I ANTECEDENTS

L'Institut Municipal d'Hisenda, a través del departament de comunicació i qualitat, elabora al llarg de l'any diferents elements/accions de comunicació per informar a la ciutadania de temes diversos del seu interès relacionats amb la hisenda municipal.

Les accions de comunicació tenen diferent abast en funció del producte o servei que es comunica i l'afectació ciutadana que pot implicar. Totes aquestes comunicacions precisen d'una estratègia creativa en quant al disseny de la peça i expressió dels continguts, seguint les pautes que marcarà el departament de comunicació i qualitat de l'Institut.

Per tant, és necessari que el departament de comunicació i qualitat compti amb els serveis d'una empresa de disseny especialitzada en aquest tipus de projectes i accions de comunicació.

3. OBJECTIUS

Els objectius dels serveis objecte del contracte indicats a la clàusula 1 d'aquest plec són els següents:

- respondre als objectius de comunicació de cadascuna de les accions i projectes de comunicació
- comunicar els productes, serveis i/o actuacions corresponents
- informar al ciutadà, crear conscienciació i generar interaccions
- transmetre el posicionament i valors de l'Institut Municipal d'Hisenda i de l'Ajuntament de Barcelona.

4. TO DE COMUNICACIÓ

L'estil i el to de la comunicació de totes les accions i projectes de comunicació ha de ser proper, empàtic, creatiu i mobilitzador. En tots els casos, el to de comunicació que hagi de tenir cada acció es detallarà en el brifing del projecte corresponent.

5. TARGET

El públic objectiu es determinarà a cadascun dels brífings de l'acció de comunicació . Entre altres, el públic objectiu podrà ser:

- Públic general: tota ciutadania de Barcelona
- Públic específic: una part de la ciutadania, en funció del servei o actuació que es vulgui comunicar

6. ENCÀRREC

S'encarrega la conceptualització i desenvolupament creatius, disseny gràfic i producció fins a màsters per a la comunicació d'informació de serveis, notificació d'actuacions, senyalització d'intervencions específiques i altres accions i projectes de comunicació de l'Institut Municipal d'Hisenda.

En funció de la naturalesa del projecte o acció de comunicació, es podrà encarregar a l'empresa la conceptualització creativa des de zero. En altres casos, el concepte creatiu podrà venir donat des del propi Institut Municipal d'Hisenda i l'encàrrec a l'empresa adjudicatària inclourà només el desenvolupament gràfic del concepte creatiu.

Tanmateix, en funció del seu abast comunicatiu, cada acció de comunicació requerirà d'un número variable de màsters de peces de comunicació i adaptacions.

Així, cada encàrrec d'acció o projecte de comunicació tindrà unes característiques específiques i inclourà uns serveis concrets que es detallaran per mitjà d'un brífing que proporcionarà el departament de comunicació i qualitat d'aquest Institut a l'empresa adjudicatària.

En concret podran encarregar-se un o varis dels següents serveis, que classifiquem segons el tipus de projecte o acció de comunicació:

Serveis de comunicació gràfica per a accions o projectes de comunicació:

● Serveis creatius:

- Servei de conceptualització creativa i direcció d'art.
- Servei de disseny original (a partir de concepte creatiu ja donat o marques preexistents) i aplicació sobre una peça màster.
- Altres serveis similars.

- Servei de màsters i arts finals i altres:
 - Servei de màster i art final d'impressió de cartell opi.
 - Servei de màster i art final d'impressió de cartell.
 - Servei de màster i art final d'impressió de banderola i/o veneciana.
 - Servei de màster i art final d'impressió d'elements de papereria: flyer, díptic, tríptic, fullet plegat...
 - Servei de màsters digitals de baners estàtics i dinàmics.
 - Servei de màsters digitals de baners dinàmics específics per a xarxes socials.
 - Servei de màster digital de disseny web.
 - Altres serveis similars.
- Serveis de disseny i maquetació de guies, llibrets i documents:
 - Servei de conceptualització del disseny i direcció d'art.
 - Servei d'aplicació de disseny i arts finals.
 - Servei de maquetació de pàgina addicional.
 - Altres serveis similars.
- Serveis de comunicació gràfica d'accions de comunicació exclusivament digitals
 - Servei de conceptualització creativa, direcció d'art i disseny gràfic d'una acció de comunicació digital.
 - Altres serveis similars.
- Serveis de disseny d'infografies i motion graphics
 - Servei de conceptualització creativa, copy i disseny d'infografia dinàmica amb animacions senzilles per a xarxes socials i display.
 - Servei de motion graphics.
 - Altres serveis similars.

Per dur a terme els encàrrecs, l'empresa adjudicatària d'aquest concurs haurà de treballar en col·laboració amb els agents amb els equips que designi el departament de comunicació i qualitat d'aquest Institut per a cada encàrrec.

7 - REQUERIMENTS

7.1. Recursos Humans

Per a la prestació del servei requerit l'empresa assignarà l'equip tècnic necessari per a realitzar la tasca encomanada. Aquest equip inclourà, com a mínim:

- 1 director creatiu, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació i el disseny gràfic.
- 1 gestor de projectes, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació i el disseny gràfic.
- 1 dissenyador gràfic, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses relacionades amb el sector de la comunicació i el disseny gràfic.

La interlocució amb el departament de comunicació i qualitat d'aquest Institut es portarà a terme a través del gestor de projectes o qui es determini en cada encàrrec.

L'empresa adjudicatària haurà d'aportar la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per donar servei i portar a terme encàrrecs que es facin de forma simultània.

7.2. Desenvolupament del servei

A l'inici de cada encàrrec, el departament de comunicació i qualitat d'aquest Institut facilitarà un brífung de l'acció o projecte de comunicació a l'empresa adjudicatària. Aquest document descriurà, entre altres aspectes:

- context i antecedents;
- objectius de comunicació;
- públic objectiu;
- concepte creatiu (en els casos en què el proporcioni l'Institut Municipal d'Hisenda);
- llista de serveis, peces i adaptacions que s'encarreguen

- calendari de treball;

- etc.

El brífig es farà arribar a l'empresa adjudicatària amb suficient antelació per a l'efectiva prestació del servei.

Per a la presentació d'aquest brífig, el departament de comunicació i qualitat podrà convocar a l'empresa adjudicatària a fer reunió presencial a les dependències municipals.

Un cop rebut l'encàrrec, en un màxim de 2 dies hàbils, l'empresa adjudicatària enviarà al departament de comunicació i qualitat el pressupost desglossat pels serveis sol·licitats. Els pressupostos es presentaran en format PDF, hauran d'anar sempre signats i segellats i hauran de desglossar l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no de l'impost, es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA. L'Institut Municipal d'Hisenda haurà d'acceptar expressament el pressupost abans de la posada en marxa dels serveis.

Un cop acceptat el pressupost, si no s'especifica altra data en el calendari de treball, passat un màxim de 10 dies hàbils l'empresa adjudicatària exposarà la proposta creativa i/o de disseny en reunió presencial o virtual amb el departament de Comunicació i Qualitat.

Després de valorar la proposta, el departament de comunicació i qualitat indicarà a l'empresa adjudicatària si accepta la proposta o si requereix modificacions, indicant el termini per introduir-les. L'empresa s'haurà d'ajustar en tot moment al canvis proposats pel departament de comunicació i qualitat, o per qui aquest designi, sobre la creativitat i qualsevol altre element proposat.

Una vegada la proposta obtingui la conformitat del departament de comunicació i qualitat, l'empresa adjudicatària tindrà 8 dies hàbils per lliurar els màsters encarregats. Es podrà establir un termini de lliurament superior si es considera necessari per a la correcta execució dels màsters.

L'empresa adjudicatària haurà de tenir disponibilitat de dilluns a divendres de 9h a 18:00h. Es demana flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites comunicatives. També haurà de disposar, quan així es requereixi d'un, servei per encàrrecs urgents fora de l'horari establert i en festius.

L'empresa adjudicatària estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors de serveis que pugui tenir l'Institut Municipal d'Hisenda, ja

es tracti de productores audiovisuals, estudis de disseny, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'Internet, auditories d'accessibilitat, etc.

L'empresa adjudicatària haurà d'aplicar el logotip de l'Ajuntament de Barcelona, en totes aquelles peces, exportacions i adaptacions que requereixi el departament de Comunicació i Qualitat, segons les especificacions del Manual 5 de Normativa Gràfica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica/>).

També s'indicarà el model d'aplicació del nom **Institut Municipal d'Hisenda de Barcelona**.

7.3 Reunions

A demanda del departament de comunicació i qualitat, hi haurà reunions preferentment a les dependències municipals, en les quals es podrà fer un repàs exhaustiu dels encàrrecs, i s'establiran prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament dels serveis encarregats.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal de l'empresa adjudicatària per assistir a aquestes reunions, seran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

7.4 Termini de lliurament dels encàrrecs

Els terminis de lliurament es detallen en l'apartat 7.2 del present Plec de Prescripcions Tècniques.

7.5 Arxius i formats

Els diferents màsters i arts finals es lliuraran en el format que determini al brífig o que determini la Direcció de Serveis Publicitaris. Els formats més habituals que podran requerir-se són:

- arxiu PDF en alta resolució,
- arxiu PDF en baixa resolució,
- arxiu en JPG,
- arxiu en GIF,
- arxiu en MP4,
- arxiu en HTML,

- arxiu original en format obert i editable (InDesign, Illustrator, Photoshop o similar).

7.6 Còpies de seguretat

L'empresa adjudicatària ha de disposar d'un sistema de seguretat del material editat.

7.7 Correcció ortogràfica i gramatical

Per complir amb aquests requeriments, l'empresa adjudicatària es coordinarà amb l'empresa de serveis de traducció que designi l'Ajuntament de Barcelona per a la correcció ortogràfica i gramatical del català i el castellà, així com per a la traducció a l'anglès o altres idiomes que es demanin. La coordinació entre l'empresa adjudicatària i l'empresa de serveis de traducció estarà supervisada pel departament de comunicació i qualitat i haurà de ser tan àgil com sigui possible per a la prestació efectiva dels serveis. En tot cas, per mitjà d'aquesta coordinació, l'empresa adjudicatària haurà de garantir en tot moment la correcció ortogràfica i la coherència amb l'estil de redacció de continguts de l'Ajuntament de Barcelona.

7.9 Accessibilitat i normativa gràfica

En totes les tasques que s'han de dur a terme l'empresa adjudicatària tindrà en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària podrà guiar-se per les indicacions especificades al Manual d'Identitat Gràfica Municipal, Capítol 5 "Aplicació de la signatura municipal en elements de comunicació", que es pot trobar en el següent enllaç:

<https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/CAPITOLS/CAP5.pdf>

7.10 Altres requeriments

Totes les peces i materials de comunicació desenvolupats per a la realització d'aquest servei seran propietat de l'Institut Municipal d'Hisenda de l'Ajuntament de Barcelona.