

Plec de prescripcions tècniques per la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida al món empresarial per la promoció dels serveis d'internacionalització empresarial d'ACCIÓ

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec.

Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Objecte del contracte

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la conceptualització estratègica i creativa, el disseny i la producció dels continguts per desenvolupar una campanya de publicitat dirigida al món empresarial i destinada a l'impuls de la internacionalització de les empreses catalanes i al posicionament d'ACCIÓ i dels seus serveis i ajuts per fer-ho possible.

2. Context

ACCIÓ és l'agència pública de la Generalitat de Catalunya que facilita el creixement de les empreses catalanes mitjançant l'impuls a l'estratègia empresarial, la innovació i l'expansió internacional. Aquest darrer àmbit representa un dels pilars principals de l'agència que ofereix tota mena de serveis i ajuts per acompanyar les empreses catalanes en els seus processos per internacionalitzar-se, exportar i obrir filials a l'estranger. Uns serveis que es duen a terme a través d'un equip especialitzat a Barcelona i en 40 Oficines Exteriors repartides per el món.

Pel que fa al context actual, el comerç internacional ha patit una transformació profunda i estructural en els darrers anys. Les polítiques proteccionistes iniciades durant l'administració Trump als Estats Units han marcat un punt d'inflexió, posant en qüestió les dinàmiques tradicionals de la globalització. Aquest canvi de paradigma s'ha vist accentuat per altres factors com la guerra tecnològica i comercial entre les grans potències, tensions geopolítiques, la reconfiguració de les cadenes de subministrament globals, la digitalització del comerç i la creixent importància de la sostenibilitat i la seguretat econòmica.

Davant d'aquest nou escenari, Catalunya —una economia històricament molt oberta i internacionalitzada— es troba en un moment clau per repensar i redefinir la seva estratègia d'internacionalització. Els resultats assolits fins ara han estat molt positius, amb **rècords consecutius d'exportacions en els darrers anys** (de fet, en els dos darrers exercicis s'ha superat la barrera dels 100.000 M€ en exportacions).

Comptem amb una ràtio d'exportacions per PIB similar a la de Dinamarca i superior a la de Portugal o Finlàndia, països d'una dimensió similar a Catalunya. Som un país de dimensió reduïda i, per aquest motiu, s'ha demostrat que **la internacionalització és una de les eines que tenen un efecte més directe en el creixement econòmic del país**. No obstant això, mantenir aquest lideratge en un context de canvi exigeix una resposta estratègica adaptada als nous reptes i oportunitats globals.



Doc. original signat per:
Sandra Jiménez Arteaga
22/09/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN

Data creació còpia:
23/09/2025 11:22:10

Pàgina 1 de 11



Aquesta campanya és fruit de la resposta del Govern en el marc del "Pla de defensa de la Catalunya de tothom". Un pla de suport integral destinat a reforçar la internacionalització de les empreses catalanes, enfortir la seva presència als mercats internacionals i mitigar els efectes de l'enduriment de la política aranzelària dels Estats Units.

L'objectiu principal de la present licitació és posar en valor la importància d'internacionalitzar-se per a les empreses catalanes, fet que permet diversificar clients, reduir riscos, fomentar la innovació o augmentar la producció, entre d'altres. En definitiva, permet augmentar la competitivitat de l'empresa. Per aconseguir-ho, volem posicionar ACCIÓ com un actor imprescindible per enfortir aquesta competitivitat empresarial a través d'ajuts i serveis per acompanyar les empreses a fer negocis a l'exterior.

3. Justificació de l'actuació

El conjunt de vídeos i creativitats necessaris per desenvolupar aquesta campanya ha de ser realitzat per una agència creativa especialitzada, amb una trajectòria consolidada i una capacitat creativa i tècnica que està completament fora de l'abast de les competències tècniques de què disposa ACCIÓ. Per aquesta raó, és imprescindible contractar-ho fora de l'organització.

4. Descripció del projecte

L'empresa contractista haurà de realitzar els serveis de **conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional** amb l'objectiu de posar en valor el paper d'ACCIÓ i els seus serveis per acompanyar l'empresa a fer negoci a l'estranger.

4.1. Objectius del projecte

Les finalitats i objectius que s'han d'assolir mitjançant la realització d'aquest contracte són les següents:

- Aquesta campanya es centrarà en **un producte audiovisual central que servirà d'eix comunicatiu de totes les accions** de la campanya, siguin altres vídeos, falques de ràdio o elements gràfics que se'n derivaran.
- Cal començar per definir i desenvolupar el concepte creatiu central i *storytelling* de la campanya. Un concepte que s'ha de dirigir al món empresarial posant en valor la internacionalització empresarial com a motor de progrés econòmic i el suport d'ACCIÓ per aconseguir-ho amb èxit, motiu pel qual s'engega aquesta campanya institucional.
- A partir del concepte creatiu inicial caldrà dissenyar tots els elements relacionats amb la campanya, començant pel producte audiovisual central. Aquest concepte ha de ser aplicable amb coherència als diferents contextos i suports digitals (vídeos per televisió i per xarxes socials, espais webs, etc) i analògics (fulletons, cartells exteriors o anuncis a premsa, etc.).
- Cal elaborar les creativitats pels diversos mitjans audiovisuals i gràfics (on-line i off-line) que s'indiquen en aquesta licitació, que han d'incloure els drets per a la difusió en qualsevol tipus de plataforma durant un període il·limitat de temps.

2



**Generalitat
de Catalunya**



Doc. original signat per:
Sandra Jiménez Arteaga
22/09/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN

Data creació còpia:
23/09/2025 11:22:10

Pàgina 2 de 11

4.2. Missatges clau

Aquests són alguns dels missatges clau:

- **Motivar les empreses per fer negocis al món.** Sensibilitzar sobre la importància de fer negoci a l'exterior per a les empreses catalanes i aprofitar les oportunitats que ofereixen altres països. En definitiva, l'objectiu és motivar les empreses a començar a fer negocis internacionals, si encara no ho fan, i de fer-ho més i millor, si són empreses internacionalitzades.
- **El context geopolític.** Cal tenir en compte que el món canvia, i ho fa molt ràpid. El món com l'actual demana anticipació, flexibilitat, capacitat d'adaptar-se als canvis i tolerància al risc.
- **La importància d'ACCIÓ.** Posicionar ACCIÓ com un agent indispensable per a l'expansió internacional de l'empresa en un moment com aquest.
- **Posicionar els serveis d'ACCIÓ.** Posar en valor els serveis i actius de l'agència relacionats amb la internacionalització empresarial. Aquests són els conceptes vinculats a serveis concrets que haurien d'aparèixer en les **peces vinculades a serveis**:
 - **Començar a exportar.** ACCIÓ t'acompanya a fer els primers passos per internacionalitzar l'empresa a l'exterior.
 - **Diversificar i exportar més.** Segui a través de les Oficines Exteriors o dels consultors experts, disposa d'eines i serveis específics i a mida per millorar les teves vendes a l'exterior i trobar nous socis, clients o canals de distribució, entre d'altres.
 - **Obrir filials a l'exterior.** L'agència disposa de serveis i ajuts per ajudar les empreses a obrir noves filials a l'estranger.
 - **Resoldre dubtes relacionats amb les barreres a la internacionalització.** A través de l'Oficina tècnica de barreres a la internacionalització, ajudem les empreses a resoldre incidències i qüestions relacionades amb les operacions internacionals: aranzels, normatives o logística, entre d'altres.
 - **Fer front a la nova realitat als Estats Units.** Aquest 2025 les decisions de l'Administració dels Estats Units han fet trontollar el comerç internacional. Tot plegat, obliga les empreses a no aturar-se, a entendre el context geopolític i buscar alternatives per no deixar de fer negoci al món.

4.3. El públic

El públic d'aquesta campanya i, per tant, dels continguts que s'ha de crear són empreses establertes a Catalunya (microempreses, pimes i grans empreses) independentment de la seva experiència internacional o exportadora.

4.3. To i estil de la campanya

Necessitem una història protagonista de la campanya que sigui impactant, creativa, optimista i que motivi les empreses a fer negocis més enllà de les nostres fronteres, que entenguin el comerç internacional com un aliat inseparable de la seva estratègia. Ha de ser professional i, a la vegada, accessible.





La peça audiovisual central ha de ser captivadora i abraçar tota la campanya amb un to cinematogràfic, un estil modern, net i amb ritme. Per fer-ho, l'empresa guanyadora ha de presentar una narrativa, un storytelling, que englobi els missatges descrits anteriorment.

En la idea creativa cal tenir en compte l'evolució del comerç internacional: el món està canviant, vivim una era de canvis, marcada pels canvis tecnològics i geopolítics, però el comerç exterior segueix sent imprescindible per a les empreses i el país. I aquí és on apareix ACCIÓ: el soci que totes les empreses catalanes amb vocació internacional necessiten per fer més i millors negocis el món.

Amb idea creativa cal que totes les empreses catalanes s'hi puguin sentir plenament identificades i entenguin de manera molt clara el missatge de la campanya, sigui o no siguin empreses internacionalitzades.

4.5 Descripció dels mitjans tècnics

Tot i que l'estratègia i la creativitat proposada per l'agència podran acabar de definir els mitjans de comunicació a utilitzar, la campanya haurà de contemplar suports fora de línia (*offline*) i en línia (*online*), tant per a mitjans impresos com audiovisuals. En aquest sentit, i a banda de la peça audiovisual central, l'agència haurà de dissenyar i produir els materials que es detallen més avall i que hauran de complir amb les normes d'accessibilitat.

A continuació, s'exposa el detall de la producció que es requereix per a cada mitjà:

Mitjans i canals audiovisuals (televisió i digitals):

- **Vídeo central de campanya.** Producció i realització d'un producte audiovisual central a partir d'una idea narrativa, un 'storytelling' i d'un guió definit i aprovat prèviament. Una producció que ha d'incorporar rodatge (sigui en espais reals o en estudis o platós) i ha d'incloure la realització, l'edició, el muntatge i la postproducció dels mateixos. Ha d'incloure les següents versions:
 - Un vídeo central, d'uns dos minuts, que s'ha de presentar en dues versions de formats: 16.9 i 9.16.
 - De cada un, s'ha de presentar una versió sense subtítols incrustats (neta) i tres més amb subtítols incrustats en català, anglès i castellà.
 - Arxius .SRT de tots els idiomes.
- **Espots de televisió.** De la peça central s'han de produir dos espots per televisió d'entre 20 i 30 segons. Ha d'estar totalment vinculat a la peça central i ha d'incloure les següents versions:
 - S'han de presentar en tres versions de formats: 16.9 i 9.16. i 3:4.
 - De cada un, s'ha de presentar una versió sense subtítols incrustats (neta) i tres més amb subtítols incrustats en català, anglès i castellà.
 - Arxius .SRT de tots els idiomes.
 - En la versió 16.9 cal incloure el llenguatge de signes.
- **Píndoles curtes vinculades als serveis.** Tenint en compte els principals elements del vídeo central (claim, imatges, protagonistes...), cal elaborar cinc píndoles amb arguments de venda concrets dels serveis d'ACCIÓ (indicats als **Missatges 4.2**). L'objectiu és moure'ls per xarxes socials i, per tant, s'han d'adaptar a les mides òptimes de cada xarxa. S'han d'incloure les següents versions:

	Doc. original signat per: Sandra Jiménez Arteaga 22/09/2025	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028 Original electrònic / Còpia electrònica autèntica	Data creació còpia: 23/09/2025 11:22:10 Pàgina 4 de 11
		CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN	



- Durada d'uns 20 segons cada una.
- S'han de presentar en els formats 16.9, 9.16 i 3:4.
- De cada un, s'ha de presentar una versió sense subtítols incrustats (neta) i tres més amb subtítols incrustats en català, anglès i castellà.
- Arxius .SRT de tots els idiomes.

Mitjans radiofònics:

- Creativitat i producció d'una falca centrada en la història central. Després de revisar i aprovar els guions definitius i les veus de locució es realitzarà l'enregistrament i postproducció de la falca d'entre 20 i 30 segons.

Mitjans impresos:

- **Creativitat i producció dels anuncis gràfics** per a la premsa escrita en dues versions de l'anunci publicitari per als mitjans impresos en format vertical (pàgina) i horitzontal (½).
- Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les 2 versions aprovades de l'anunci i les adaptacions d'aquest a les mides dels suports de premsa a on s'insereix l'anunci, d'acord amb el llistat que facilitarà l'empresa que gestioni el pla de mitjans.
- Aquests anuncis han de respirar i partir dels elements clau del vídeo central.

Mitjà exterior i cartelleria:

- **Creativitat i producció de l'anunci per a suports de publicitat exterior.** S'hauran de realitzar 2 versions.
- Les dues versions originals de l'anunci ha de ser en **format vertical** (l'estàndard d'OPI - objecte publicitari il·luminat-, MUPI – moble urbà de presentació d'informació-, banderoles, tertúlies, etc.) i **horitzontal** (autobusos, tanques, vinils, lones d'edificis) que també han de servir per cartellera format A3. Han de ser les mateixes propostes gràfiques que pels mitjans impresos.
- Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci. Han de ser les mateixes propostes gràfiques que pels mitjans impresos.

Mitjans digitals:

- **Peces gràfiques genèriques** adaptades per a la difusió de la campanya a les xarxes socials en tots els formats (3:4, 9:16 i 16:9).
- Cal incloure **cinc peces gràfiques específiques** que facin referència als serveis i ajuts d'ACCIÓ i que tinguin de punt de partida les píndoles curtes vinculades a serveis.
- Peça o peces en els formats estàndards habituals per a campanya display (300x250 i 300x600 px.). També ha d'incloure la versió digital adaptable a Brand day per a mitjans de comunicació online.
- Caldrà produir totes les versions a utilitzar en la campanya *online* facilitant els formats necessaris per tal que les peces o vídeos (baners, robaplanes, brandday, pre-rolls, roba-vídeo i àudio...) compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixen els

5



	Doc.original signat per: Sandra Jiménez Arteaga 22/09/2025	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028 Original electrònic / Còpia electrònica autèntica	Data creació còpia: 23/09/2025 11:22:10 Pàgina 5 de 11
		CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN	



diferents suports de la campanya. L'empresa assumirà les adaptacions de les diferents creativitats que siguin necessàries.

- Es lliurarà els màsters en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci.

Aspectes a tenir en compte i requisits tècnics generals

- Si és necessari i resulta convenient per a la producció de l'espot, el cost de lloguer d'espais (si existeix) per fer la gravació anirà a càrrec de l'empresa que guanyi la present licitació. L'elecció dels espais serà consensuada amb l'equip d'ACCIÓ.
- Si resulta necessari, la gravació de les imatges de l'espot i la realització de les fotografies pot contemplar localitzacions fora de Barcelona.
- Caldrà crear, dissenyar i produir totes les peces comunicatives necessàries en funció de la proposta creativa per a la difusió d'una campanya multimèdia.

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans, el lliurament es realitzarà a través dels següents canals:

- El lliurament del/s espot/s es farà mitjançant la pujada a la plataforma de distribució digital d'arxius publicitaris "Adstream" o similar (el cost de la pujada i baixada anirà a càrrec de l'empresa que gestioni les insercions als mitjans, no a càrrec de l'empresa contractista d'aquest contracte). També es podrien entregar els màsters a les diferents cadenes via correu electrònic, via suport digital o ftp's pròpies de cadascuna, sempre que els terminis ho permetin.
- El lliurament de la falca i dels fitxers que continguin els màsters dels anuncis (premsa escrita, mitjà exterior i mitjans digitals) es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius, a l'empresa que gestioni les insercions als mitjans o l'empresa que gestioni les adaptacions, sempre amb còpia a ACCIÓ i la Direcció General de Difusió.
- En el cas dels materials per als mitjans digitals es pot requerir la pujada a servidors de publicitat en línia.

Un cop iniciada la difusió de la campanya, ACCIÓ pot requerir noves peces i adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins esgotar el nombre total de peces creatives i adaptacions que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada.

El termini màxim de lliurament de les adaptacions serà de 18 hores des de la seva petició.

Pel que fa als drets de les fotografies i d'imatges i veus dels actors/actrius i locutors/locutores han d'estar pagats pel contractista per un període de quatre anys (dos anys pels espots de televisió). S'aplicarà la mateixa condició a les músiques i qualsevol altre element els drets de difusió els quals estiguin protegits.



5. Elements de valoració subjectes a judici de valor

Les empreses hauran de presentar la seva proposta seguint l'estructura d'aquest bloc.

5.1. Proposta creativa

La proposta creativa comprèn tot allò que les empreses proposin per resoldre conceptualment, artísticament i tècnicament per materialitzar el projecte.

En tots aquests aspectes es valorarà tant la percepció de l'efectivitat a l'hora d'assolir els objectius descrits més amunt, com l'originalitat del plantejament.

El que s'ha de presentar és **només la proposta pel vídeo principal** (no per les variants), per una de les **imatges gràfiques genèriques** i per una de les **píndoles vinculades als serveis concrets d'ACCIÓ (veure apartat 4.5)**. A continuació descrivim tot el que es valorarà:

- **Idea i concepte creatiu:** Quina és la idea principal proposada per la campanya? Com es lliga la proposta amb l'objecte d'aquesta licitació? Com condueix a saber-ne més, a aprofundir-ne l'interès? Quina és la narrativa i quin és el claim principal? Com transmet els missatges clau d'aquest plec?
- **Enfocament artístic:** Quin llenguatge es proposa fer servir en la història que es vol explicar? Quina textura, quin registre, quin to, quines formes i quina aproximació fotogràfica?
- **Esquema detallat o 'storyboard':** Quin seria l'ordre narratiu concret que es proposa? Això es pot aterrar en forma d'un esquema detallat que permeti fer-se una idea de la narració del vídeo principal o en un *storyboard* tan detallat com l'empresa cregui adequat per transmetre una idea precisa de la proposta conceptual i narrativa del projecte.
- **Enfocament tècnic:** Quins recursos i amb quins elements es vol materialitzar la proposta? Quines localitzacions, actors, espais, veus, materials, etc. es proposa fer servir?
- **Adaptació imatges gràfiques:** Com es tradueix la proposta audiovisual a una imatge gràfica estàtica? Quin estil es proposa i quina coherència hi ha entre la imatge audiovisual i la gràfica?
- **Adaptació píndoles vinculades a serveis:** Com evolucionarà la imatge gràfica per aterrar-ho a serveis concrets d'ACCIÓ? Quins recursos gràfics s'utilitzaran?

De cara a la preparació de la proposta creativa, cal tenir en compte aquests aspectes:

- La proposta conceptual, artística o tècnica que l'empresa porti en la seva proposta en cap cas serà vinculant. És a dir: la proposta creativa servirà per valorar la candidatura de l'empresa i aquesta ha d'estar preparada per desenvolupar-la completament. No obstant, la validació o la potencial modificació del projecte que finalment es produeixi dependrà del procés de treball amb ACCIÓ.
- Es valorarà específicament la producció en localitzacions i espais convinguts amb l'equip d'ACCIÓ.
- Es valoraran positivament les propostes concretes i originals que puguin amplificar l'impacte i el potencial de divulgació dels vídeos i aquells elements creatius que tinguin potencial per millorar la qualitat dels productes i facilitar l'assoliment dels objectius.





- Qualsevol proposta pràctica, realista i aplicable, que permeti amplificar la capacitat d'impacte, penetració o divulgació dels vídeos elaborats dins aquest projecte.

5.2 Proposta metodològica

La proposta metodològica comprèn tot allò que les empreses proposin per organitzar el projecte així com l'equip humà que s'hi posi en joc.

- **Descripció de calendari i pla de treball.** Tot i que la durada màxima de la vigència del contracte està establerta en l'apartat D del quadre de característiques del contracte, l'objectiu és dur a terme el projecte en un màxim de 3 mesos des del dia del kick-off del projecte fins al lliurament de totes les peces descrites a aquest plec. Aquest aspecte no és un requisit, però sí un aspecte de valoració.

Així, es valorarà aquí l'elaboració d'una proposta detallada de pla de treball, que descrigui tots els passos i equips implicats, indicant la seva especialitat i funció, si són part de la mateixa empresa o es proposa subcontractar-los. També caldrà especificar al pla de treball i calendari quins seran els lliurables parcials de l'execució del projecte i tenir en compte els espais de valoració i feedback que necessitarà ACCIÓ.

- **Benchmark i anàlisi.** Es valorarà addicionalment la inclusió dins la proposta d'una anàlisi breu sobre com són els vídeos principals d'altres agències, nacionals o internacionals i similars a ACCIÓ, i que ofereixen serveis relacionats amb el suport de l'empresa en termes d'internacionalització.

L'anàlisi només es valorarà si es fa servir per argumentar explícitament la proposta conceptual.

També es valorarà aquí qualsevol raonament basat en dades o tendències que serveixi per donar força a l'aposta conceptual, artística o tècnica que faci l'empresa.

5.3. Elements de valor afegit

- Serveis de garantia o post-venda, que permetin donar cobertura a necessitats d'edició o correcció bàsiques un cop fets els lliuraments finals.

6. Activitats i funcions de l'empresa contractista

L'oferta que presenti l'empresa licitadora ha d'abastar la totalitat de les activitats i funcions especificades en aquest plec i en el plec de clàusules administratives particulars, ja que són totes obligatòries per a l'admissió de les propostes. Haurà d'aportar amb un estàndard de qualitat adequat tot allò indicat en aquesta licitació.

Es preveu un cicle de treball:

1. Conceptualització. Caldrà presentar la proposta de conceptualització i aplicació als diferents suports de la campanya tal i com s'indica. ACCIÓ podrà demanar que es realitzin ajustos, esmenes o sol·licitar noves propostes si no es considera adient la proposta -o propostes- inicialment presentada/des.



2. Revisió de la proposta per part de l'adjudicatària, ACCIÓ.
3. Presentació de la proposta ja ajustada i revisada per l'adjudicatària, si s'escau.
4. Validació final del producte comunicatiu per part d'ACCIÓ.
5. Reunió o reunions de pre-producció.
6. Lliurament de les arts finals per impremta i publicació als mitjans audiovisuals, digitals i analògics, d'acord amb els diferents formats: arxius per compartir en línia, acompanyats de mesures d'accessibilitat visual, quan s'escaigui. La tasca no es considerarà finalitzada fins que no s'hagi confirmat la idoneïtat dels arxius.
7. Realització de les adaptacions necessàries, d'acord amb les especificacions d'aquest plec.

7. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació i/o el rendiment o exigències funcionals de la prestació

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats. La propietat dels treballs adjudicats correspondrà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya, en aquest cas ACCIÓ, i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització.

La prestació regulada en aquest plec ha d'ajustar-se, almenys, als requisits tècnics que s'exposen a continuació, sens perjudici dels paràmetres que s'han de valorar mitjançant els criteris d'adjudicació establerts.

7.1. Requeriments generals

- L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català i a les peces creatives han de quedar representades les diferents variants que presenta la llengua en els territoris de parla catalana.
- El contractista ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació, incloses les traduccions al castellà i l'anglès. Els textos han de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua. La titulació s'ha d'acreditar davant de la Direcció General de Difusió quan la sol·liciti.
- El contractista cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres recursos utilitzats per a la realització i disseny de la campanya de forma universal, per tots els formats i mitjans, durant un període de quatre anys (dos anys pels espots de televisió). El preu de compra o realització de totes les fotografies o il·lustracions i enregistraments de vídeo i/o àudio, estarà inclòs al pressupost.
- Un cop finalitzada la campanya, el contractista ha d'entregar els originals (arts finals i arxius oberts) a ACCIÓ.
- Els materials hauran de complir amb les normes d'accessibilitat i incloure els logotips corresponents d'ACCIÓ i de la Generalitat de Catalunya. La presència i el format d'aquests, s'indicarà durant el període de treball.

	Doc. original signat per: Sandra Jiménez Arteaga 22/09/2025	Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028 Original electrònic / Còpia electrònica autèntica	Data creació còpia: 23/09/2025 11:22:10 Pàgina 9 de 11
		CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ  0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN	

- Totes les peces audiovisuals han d'anar subtitulades en català, castellà i anglès.

7.2. Descripció de mitjans personals per la prestació del servei

Pel que fa al personal tècnic, participant en el contracte, l'equip mínim i els recursos mínims per a la realització de la prestació del servei ha de ser els següents:

- Director/a creatiu/va i tècnic/a, les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de tota la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la correcta execució. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant d'ACCIÓ.
- Director/a d'Art i Copy, responsable de la conceptualització i creativitat de la campanya, del seu contingut i del control de la qualitat en la seva execució i producció dels diferents suports de comunicació que la integraran.
- Supervisor/a de comptes, que haurà de coordinar-se amb els responsables de comunicació i difusió d'ACCIÓ i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Dissenyador/a gràfic, com a suport creatiu i disseny de les peces gràfiques de la campanya.
- Els recursos humans necessaris per a les tasques de realització, producció, fotografia, càmera, decoració i direcció artística, entre d'altres.

7.3. Descripció de mitjans materials

- L'equipament per a l'execució de les tasques de realització, il·lustració, producció, fotografia, enregistrament d'àudio i vídeo, decoració i direcció artística, grafismes, post-producció i qualsevol altre element que sigui requerit per a la realització de la proposta contractada.
- Material de rodatge i fotografia, *atrezzo* o vestuari, sempre que sigui necessari.
- Transports, dietes, etc
- Permisos oficials, assegurances, etc.

8. Formes de seguiment i control de l'execució de les obligacions

L'òrgan de contractació ha de designar una persona que assumeixi el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista, un cop formalitzat el contracte, haurà de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant d'ACCIÓ, expressant el nom i cognoms, el correu electrònic, els telèfons fix i/o mòbil de l'empresa. Aquesta serà la persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, i haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec i tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.



Doc. original signat per:
Sandra Jiménez Arteaga
22/09/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN

Data creació còpia:
23/09/2025 11:22:10

Pàgina 10 de 11



Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i les persones responsables d'ACCIÓ, i assumirà la direcció tècnica del personal que aporti per dur a terme aquesta contractació.

Com a representant de l'empresa contractista davant d'ACCIÓ i com a director/a tècnic/a, aquesta persona durà a terme el seguiment i control de l'execució del contracte a nivell econòmic i tècnic; l'emissió de les certificacions i facturació dels serveis realitzats; la resolució de les incidències que puguin sorgir, així com el lliurament de la informació i documentació que ACCIÓ-Departament d'Empresa i Treball sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució del contracte, a més de la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte.



Doc. original signat per:
Sandra Jiménez Arteaga
22/09/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 23/09/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0CIMQ79FGV7WM3CKUFH39KU32GY4UVFN

Data creació còpia:
23/09/2025 11:22:10

Pàgina 11 de 11