

## INFORME DE NECESSITAT

**ASSUMPTE: SUBMINISTRAMENT EN RÈGIM DE COMPRA I PRIMERA INSTAL·LACIÓ D'UN CONJUNT DE 10 LLETRES GEGANTS LLUMINOSES EN 3D CONFORMANT LA PARAULA "CERDANYOLA" PER A L'AJUNTAMENT DE CERDANYOLA DEL VALLÈS**

En relació amb l'assumpte a dalt esmentat, s'emet el següent informe:

La marca de ciutat "Cerdanyola, Ciutat del Coneixement": la creació d'una marca de ciutat és una eina poderosa per representar i promoure la identitat d'una ciutat. Aquesta estratègia implica la col·laboració entre societat, govern i iniciativa privada per posar en valor els aspectes singulars i atractius de Cerdanyola del Vallès.

A més, les marques, enteses en sentit ampli, incideixen en l'autoestima de la població i reforcen el conjunt de valors que, en cada indret, orienten el desenvolupament. La Marca de Ciutat és per tant una referència sobre la identitat d'un municipi, en aquest cas Cerdanyola del Vallès. Són els trets o característiques que el diferencien de la resta. Hi concentra els actius que integren el valor de la ciutat: els relacionals, els culturals, els socials i els econòmics.

La estratègia de marca de ciutat se centra a construir imatges mentals de valor en l'imaginari públic. La imatge de la ciutat està formada per la visió d'elements urbans com edificis monumentals, personatges rellevants, espais públics, places i altres característiques especials, a les quals afegiríem els seus colors, insígnies, gastronomia, folklore i altres expressions culturals, socials i materials.

Les característiques que es projecten a través del seu patrimoni cultural, imatges, arquitectura, infraestructures i tecnologia per a la seva estratègia de promoció de la ciutat; amb un objectiu: **construir una ciutat moderna i referent**.

En un context metropolità esdevé de vital importància dotar la ciutat d'elements identificatius reforçant la idea de la marca Cerdanyola amb tot allò que genera la ciutat. En aquest sentit l'estratègia a seguir es fonamenta en generar elements de diversa índole que configurin per una banda la identitat referencial suportada per la construcció d'una identitat de marca visual.

Una ciutat ha de disposar dels factors per garantir el benestar de la seva ciutadania i el seu desenvolupament econòmic i social. Per tant, és clau que la realitat urbana sigui



positiva i atractiva però, a més a més, és necessari que aquesta realitat sigui coneguda, reconeguda i percebuda, tant a la mateixa ciutat (per les persones que hi viuen) com a l'exterior (per les persones que poden venir a viure-hi, a fer-hi negocis, a invertir-hi, etc.).

A partir d'aquesta premissa s'identifiquen tres àmbits d'actuació en la promoció i projecció de la ciutat:

1. Un primer nivell des de la ciutat cap a la mateixa ciutat. L'Ajuntament impulsa projectes/accions/línies a desenvolupar encaminades a enfortir la comunitat local i el sentiment de pertinença a Cerdanyola del Vallès.
2. Un segon nivell encaminat a la projecció de Cerdanyola des d'una perspectiva integral cap a l'exterior, cap al posicionament de Cerdanyola com una ciutat del Benestar, el coneixement i el desenvolupament d' oportunitats a les diferents escales multinivell que interactuen amb el nostre municipi:
  - Nivell comarcal
  - Nivell metropolità
  - Nivell Català
  - Nivell estatal
  - Nivell europeu

Un tercer nivell més operatiu es concreta en:

- Esdeveniments de ciutat
- Promoció del patrimoni local
- Promoció de turisme científic/turisme del coneixement
- Promoció societat del coneixement i la ciència
- Comunicació i generació de productes i publicacions de Cerdanyola de Vallès

Es constata doncs la necessitat de disposar de lletres il·luminades de la marca Cerdanyola per ser instal·lades en els moments estratègics i amb una clara voluntat de projecció de la ciutat. Les lletres lluminoses de la paraula “ CERDANYOLA” estan formades per lletres de 180 cm

La vistositat de les lletres radica precisament en acompanyar allò material i immaterial que es desenvolupa a Cerdanyola del Vallès.

Ens trobem en un moment estratègic i amb moltes oportunitats per a Cerdanyola del Vallès. La urbanització al Parc de l'Alba, el desenvolupament del Sincrotró, noves empreses punteres i referents en els seus àmbits empresarials han escollit Cerdanyola del Vallès per instal·lar s'hi, noves promocions d'habitatges . . . Aquestes noves

oportunitats evidencien la necessitat d'aprofundir en la projecció de la marca de Ciutat i identificació de Cerdanyola del Vallès amb aquesta nova realitat

D'altra banda l'Ajuntament de Cerdanyola no disposa dels recursos especialitzats tècnics i materials per al disseny, construcció i subministrament d'aquestes característiques. Per aquest motiu per donar resposta a aquesta necessitat s'obre aquest procediment de contractació.

Per tot l'exposat i atesa la necessitat d'aquest subministrament, s'informa de la necessitat d'iniciar l'expedient per a la contractació del subministrament, instal·lació i posada en funcionament de 10 lletres lluminoses en 3D amb la paraula "CERDANYOLA".

Cerdanyola del Vallès, en la data de la seva signatura electrònica.