

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS**  
**SERVEIS DE DISSENY, MAQUETACIÓ I EDICIÓ DE MATERIAL GRÀFIC**  
**PER A LA DIRECCIÓ DE PROMOCIÓ ECONÒMICA INTERNACIONAL**

**ÍNDEX DE CONTINGUTS**

1. CONTEXT.....	2
1.1 Presentació de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional i les seves accions.....	2
1.2 Els canals de comunicació de l'àrea de Promoció Econòmica Internacional.....	4
1.3 Públic objectiu a qui s'adrecen les accions de Promoció Econòmica Internacional.....	5
1.4 Objectius de comunicació dels materials de Promoció Econòmica Internacional .....	6
2. OBJECTE DEL CONTRACTE .....	7
2.1 Descripció de les tasques .....	7
2.3 Requeriments tècnics.....	8
2.3 Equip de treball necessari .....	9
2.4 Lloc de realització i prestació .....	9

## 1. CONTEXT

### 1.1 Presentació de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional i les seves accions

En el context d'un món globalitzat i interconnectat, la promoció econòmica de Barcelona en la seva dimensió internacional és necessària per:

- Explicar els valors de Barcelona i la solidesa dels fonaments de la nostra economia: tenim molts atributs i fortaleces i un compromís amb una economia oberta, social i solidària, respectuosa amb el medi ambient i amb les persones, apostant per la diversificació sectorial, la innovació i la creativitat i garantint l'estabilitat i la confiança. Cal projectar al món la nostra essència i allò que ens fa únics per expressar el nostre diferencial i identitat.
- Vetllar per la reputació de Barcelona, mantenint o millorant el bon posicionament del qual gaudeix actualment la ciutat, treballant coordinadament amb empreses, institucions i ciutadania. El bon posicionament global de Barcelona és una palanca per dinamitzar l'economia local, comunicant els seus actius, a partir d'un relat diferencial consensuat.
- Millorar les connexions aèries de llarg recorregut i promoure Barcelona com a *hub* aeri intercontinental.
- Captar activitat exterior que generi prosperitat, oportunitats i ocupació de qualitat, que és el millor antídote per prevenir i reduir les desigualtats.
- Atraure, acollir i retenir talent internacional que aportï innovació i diversitat a la societat i l'economia local i fer de Barcelona una ciutat referent en l'acollida i la integració de la comunitat internacional.

Per fer les tasques de promoció internacional de Barcelona, la **Direcció de Promoció Econòmica Internacional** de l'Ajuntament de Barcelona té un Pla d'acció anual 2025 i un Pla estratègic per al període 2023-2027.

Les accions de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional s'estructuren en dues grans línies d'activitat:

#### a) Promoció i posicionament econòmic

Es duen a terme una sèrie d'accions en mercats estrangers que tenen com a principal objectiu la millora del posicionament de Barcelona com a ciutat de negocis i la captació d'inversió per a la nostra ciutat. D'acord amb els mercats prioritaris i els sectors estratègics, i del creuament d'aquests dos paràmetres, es defineixen les accions operatives a desenvolupar.

Es realitzen missions de diplomàcia econòmica, participació en xarxes de ciutats i també es reben delegacions econòmiques que visiten la ciutat en viatge de negocis, prospecció o per participar en fires com l'ISE, el MWC o l'SCWEC.

També es realitza la promoció internacional de determinats sectors estratègics amb capacitat de creixement: Tecnològic, Urbanístic, Rutes Aèries, Científic, Start-ups, Industrial-Logístic-Mobilitat i Disseny-Indústries Creatives.

També es treballa en la millora de la connectivitat intercontinental de l'aeroport de Barcelona. les connexions aèries de llarg recorregut des de l'aeroport de Barcelona-El Prat, a través de la participació al Comité de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA).

### **b) El talent internacional: atracció, acollida, dinamització i fidelització**

La ciutat atrau persones que venen a estudiar postgraus, doctorats i màsters en universitats i escoles de negoci, o bé, a fer recerca en algun dels centres d'investigació de referència. Molts decideixen quedar-se a Barcelona i emprendre un projecte empresarial o crear una start-up o una spin-off.

A més a més, les empreses locals requereixen perfils de persones altament qualificades que a vegades no troben entre les persones que viuen a la ciutat i han d'atraure-les d'altres localitzacions.

Tots aquests perfils de persones són el que anomenem talent internacional: persones amb iniciativa emprenedora, inversors, professionals qualificats, investigadors, estudiants, etc.

El 'talent internacional' és valuós per a la prosperitat i riquesa de l'economia local perquè:

- Generen riquesa directa amb el seu consum, inversions, projectes professionals i empresarials;
- Aporten capital humà, impulsant la competitivitat, innovació i diversitat a les nostres empreses i societat;
- Juguen un paper clau en les decisions d'inversions estrangeres i canalitzen projectes de negocis estrangers;
- Fan d'ambaixadors econòmics i prescriptors de la nostra economia als seus països d'origen.

Per aquests motius, tenim un Pla per al talent internacional de Barcelona, o Pla 360<sup>º</sup>. Aquestes són algunes de les accions d'aquest pla:

- **Barcelona International Community Day (BICD)**

El BICD és una jornada que inclou una fira d'expositors i un ampli programa d'activitats que pretén acollir les persones estrangeres, oferir informació i recursos útils per viure a Barcelona, oportunitats per fer contactes i facilitar la integració. L'any 2024 es va celebrar l'11a edició d'aquest esdeveniment, amb rècord de participació, cosa que demostra el creixent interès any

rere any en aquesta jornada que ja s'ha consolidat com el principal punt d'acollida i de trobada de les persones estrangeres que venen a viure i a treballar a Barcelona. (<https://www.barcelona.cat/internationalwelcome/en/barcelona-international-community-day-2024>)

- **Programa d'activitats d'acollida, fidelització i dinamització de la comunitat internacional de Barcelona**

Durant tot l'any s'organitza **una agenda d'actes** per acollir, informar, donar suport i dinamitzar el talent internacional i connectar-lo amb el nostre teixit econòmic, empresarial i social per tal de generar sinèrgies i un efecte multiplicador que reverteixi en la ciutat. <https://www.barcelona.cat/internationalwelcome/en/activities>

- **Barcelona International Welcome Desk**

La Direcció de Promoció Econòmica Internacional és l'encarregada de la comunicació i promoció del Barcelona International Welcome Desk, el servei municipal d'atenció personalitzada al talent internacional que arriba a Barcelona per viure i treballar-hi. És un servei que ofereix informació, assessorament i tramitació d'alguns tràmits locals, que té la seva oficina a l'edifici MediaTIC i que també ofereix atenció en línia. ([barcelona.cat/welcome-desk](https://www.barcelona.cat/welcome-desk))

## 1.2 Els canals de comunicació de l'àrea de Promoció Econòmica Internacional

### WEBS

- **Meet Barcelona / Invest and Do Business** - [barcelona.cat/invest](https://www.barcelona.cat/invest)

Web en 4 idiomes (CAT, ES, EN i FR) adreçat al públic internacional que vol fer negocis o invertir a la ciutat amb informació econòmica i dels sectors econòmics estratègics per la ciutat, així com altre informació clau per connectar amb els principals agents de ciutat.

- **Barcelona International Welcome (BIW)**- [barcelona.cat/internationalwelcome](https://www.barcelona.cat/internationalwelcome)

Web en tres idiomes (CAT, ES i EN) adreçat al talent internacional que aterra o té intenció d'instal·lar-se a viure a Barcelona. Té diverses seccions o apartats: Moving to Barcelona, Tràmits, Activitats, Actualitat i publicacions, Welcome Desk i Barcelona International Community Day.

### BUTLLETINS

- **Butlletí intern de Promoció Econòmica Internacional**: butlletí intern de caràcter mensual i redactat en català per presentar les principals activitats que desenvolupa la Direcció.
- **Butlletins del Barcelona International Welcome**: butlletins en anglès adreçats a les persones membres de la comunitat internacional que viu i treballa a Barcelona. Els objectius

comunicatius són els de difondre informacions sobre la ciutat rellevants per al públic objectiu i informar de les activitats pròpies que organitza Promoció Econòmica Internacional.

## XARXES SOCIALS

- **Instagram Barcelona International Welcome** ([@welcome\\_barcelona](#))

Canal en anglès enfocat a la comunitat internacional, que mostra de forma gràfica aspectes culturals i socials que reflecteixen el dia a dia de la ciutat.

- **LinkedIn Barcelona International Welcome** - [enllaç](#)

Canal en anglès que inclou informació amb focus més “business” i professional de caràcter pràctic sobre temàtiques de ciutat, notícies sobre les accions dirigides a la comunitat internacional i informació sobre activitats, cursos i iniciatives.

- **YouTube: llista reproducció Barcelona Internacional Welcome:** [enllaç](#)

Dins el canal de Youtube de l'Ajuntament de Barcelona, es gestiona la llista: International Welcome, que es va actualitzant amb els vídeos de producció pròpia de promoció o resum de les activitats de Barcelona International Welcome. YouTube serveix com a repositori de vídeos per poder enllaçar-los des d'altres suports.

- **Compte de l'Ajuntament de Barcelona al blog sudcoreà Naver:** [enllaç](#)

Naver Blog és la xarxa social de Naver, el principal portal d'internet de Corea del Sud. El 2022 es va impulsar la creació d'un perfil en aquesta xarxa per comunicar al mercat sudcoreà els actius de Barcelona per atreure talents internacionals, captar possibles projectes d'inversió, promocionar la marca Barcelona.

- **Compte de la ciutat de Barcelona a la plataforma xinesa WeChat**

WeChat és la xarxa social més important de la Xina, multifuncional i flexible que combina característiques de Facebook, Instagram, LinkedIn, Pàgina Web, SMS y Whatsapp. Promoció de Ciutat gestiona el compte oficial de l'Ajuntament de Barcelona en aquesta xarxa per comunicar al mercat xinès actius de Barcelona per atreure talents internacionals xinesos, captar possibles projectes d'inversió, promocionar la marca Barcelona, i mantenir la presència en el mercat que ja ha superat als Estats Units a ser el primer poder econòmic al món, entre altres.

### **1.3 Públic objectiu a qui s'adrecen les accions de Promoció Econòmica Internacional**

Les accions i els diferents materials de comunicació que es necessiten des de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional tenen els següent públic objectiu:

- Representants d'institucions oficials de caràcter econòmic, organismes o entitats internacionals d'interès, com són els consolats, les oficines comercials, cambres de comerç estrangeres, associacions d'empresaris internacionals, etc.
- Empreses multinacionals o empreses que es volen internacionalitzar i tenen interès en localitzar la seu o filial al nostre territori.

- Persones emprenedores estrangeres que creen empreses i ocupació, start-ups (empreses emergents) i scaleu-ps innovadores i de sectors econòmics de futur.
- Estudiants, personal de recerca i investigació, i professionals altament qualificats, amb talent i capacitat d'innovar i d'influir.
- La ciutadania de Barcelona interessada en connectar amb les persones que arriben d'altres països i que conformen el talent internacional.
- Empreses i organitzacions amb equips multiculturals establertes a l'àrea de Barcelona.
- Multiplicadors, prescriptors i agents de ciutat (*stakeholders*) que poden ser còmplices en l'estratègia de millorar de la reputació de Barcelona.

#### 1.4 Objectius de comunicació dels materials de Promoció Econòmica Internacional

- Impulsar la reputació i el posicionament econòmic internacional de Barcelona, donant difusió als valors i atractius de Barcelona i donar a conèixer les raons per les quals la ciutat és ideal per establir-s'hi.
- Promocionar l'economia i els seus sectors econòmics estratègics i captar activitat econòmica estrangera que creï ocupació de qualitat.
- Oferir informació pràctica i útil sobre establir-se a la ciutat de Barcelona per a les persones estrangeres que estan pensant venir-hi a viure o fa poc que han arribat.
- Donar a conèixer els serveis i les activitats que es duen a terme des del servei Barcelona International Welcome, adreçat a la comunitat internacional de Barcelona, especialment el Barcelona International Community Day, que se celebra cada any a finals d'octubre.
- Donar a conèixer el servei Barcelona International Welcome Desk, que és el servei municipal d'atenció personalitzada al talent internacional.
- Reflectir la diversitat i la personalitat de la societat barcelonina en la imatge que es projecta externament.
- Transmetre el posicionament i valors de l'Ajuntament de Barcelona: una ciutat oberta i plural, equitativa i inclusiva, dels drets i les oportunitats a tots els barris, en constant diàleg i implicació amb la ciutadania, accessible i transparent.

Per tal de desenvolupar les tasques encomanades a la Direcció de Promoció Econòmica Internacional, en molts casos es necessita disposar de **diversos materials de comunicació i divulgació**, en diferents formats i aplicacions, com poden ser:

- Baners per webs i visuals per a xarxes socials.
- Material gràfic per webs i butlletins o altres canals de comunicació digital.
- Fulletons i publicacions sobre els actius, avantatges o indicadors de l'economia de Barcelona, els seus sectors econòmics d'activitat i els seus grans projectes urbans i econòmics.
- Catàlegs en format publicacions o díptics sobre els serveis i programes per captar activitat, negocis i inversions, així com a vols de llarg recorregut, inclòs el suport a l'aterratge empresarial.

- Memòries d'activitat.
- Programes d'activitats de captació, acollida, dinamització i fidelització del talent internacional.
- Guies pràctiques i manuals amb consells per acollir a la comunitat internacional.
- Altres materials com fulletons, roll-ups, postals, pòsters, etc.
- Imatge gràfica d'esdeveniments i adaptacions per a la campanya de comunicació.
- Disseny d'estands per a fires.
- Senyalística d'esdeveniments.

## 2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte són els serveis de disseny, maquetació i edició de material gràfic per donar suport a l'activitat de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional de l'Ajuntament de Barcelona.

### 2.1 Descripció de les tasques

El servei de disseny gràfic consisteix en:

- Creació de la idea i realització gràfica dels dissenys que encarregui el la Direcció de Promoció Econòmica Internacional.
- Adaptació d'aquesta idea creativa a diferents formats (digitals, en format paper o el suport que es consideri més adequat als interessos comunicatius).

Concretament:

- Serveis creatius de màsters i altres.
- Serveis de creació o compra d'il·lustracions, pictogrames i fotografies.
- Serveis d'identitat gràfica.
- Serveis de disseny i maquetació de guies, llibrets, catàlegs i documents.
- Serveis de disseny d'estands per a fires.
- Serveis de disseny de pàgines web.
- Serveis de comunicació gràfica d'accions de comunicació exclusivament digitals.
- Serveis de disseny d'infografies i *motion graphics*.
- Adaptacions a partir dels originals per a suports exteriors i per a elements de senyalística. Els suports més habituals són: banderoles, opis ciutat, cartells, roll-ups o plafons.
- Adaptacions i producció per a mitjans i suports digitals (web, pantalles, anuncis, etc) i xarxes socials. Els elements de comunicació digital poden ser per als canals propis gestionats per l'Ajuntament de Barcelona o per als que estiguin en un pla de mitjans.
- Adaptació i producció per a mitjans impresos (anuncis).
- Serveis de disseny per a productes de marxandatge.

A títol indicatiu, a l'ANNEX hi ha el detall dels dissenys i materials gràfics estimats i també el temps necessari estimat per realitzar aquestes feines.

Així mateix, l'empresa adjudicatària, si se li demana, haurà de preparar una carpeta amb algunes d'aquestes peces en format editable.

### 2.3 Requeriments tècnics

L'empresa adjudicatària, a l'hora de realitzar els serveis objecte del present plec, haurà de:

- **Disposar de les habilitats creatives, tècniques i de producció** per abordar els encàrrecs de disseny online i offline, gràfics i audiovisuals.
- **Aplicar la identitat gràfica corporativa i els manuals temàtics** de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui. La Normativa Gràfica Municipal, així com els logotips, estan disponibles des de l'enllaç següent:  
<https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
- **Cedir tots els drets d'autor, imatge, models, fotografia i altres de forma universal**, per tots els formats i mitjans. El preu de compra/realització de totes les fotografies o il·lustracions originals estaran inclosos al pressupost.
- **Garantir els drets de propietat intel·lectual dels autors de les imatges**. Sempre que sigui possible, serà preferible utilitzar imatges lliures de drets o amb una llicència Creative Commons. Caldrà informar a l'Ajuntament dels drets aplicables a cada imatge per tal que l'equip promotor pugui elaborar l'avís legal que correspongui.
- **Lliurar els treballs en els formats adequats per al seu ús**. En el cas de publicació o material imprès, caldrà facilitar les arts finals per tal que es puguin produir. Si es tracta d'un material digital, facilitar la versió amb format, el pes i les característiques adequades per publicar en webs o donar la difusió que es requereixi.
- Tenir en compte el que preveu la Instrucció Tècnica, àmbits d'aplicació i abast per a **l'aplicació de criteris de sostenibilitat en els elements de comunicació** de l'Ajuntament de Barcelona, disponible a:  
<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/86194/1/18692.pdf>
- **Tenir en compte criteris d'accessibilitat en la creació i producció dels materials** de comunicació. Es poden consultar les recomanacions d'accessibilitat per a productes gràfics, al Manual d'Identitat Gràfica (pàgines de 3 a 9) disponible al web de [Normativa Gràfica Municipal de l'Ajuntament de Barcelona](#).

- Estar disposada en tot moment a **treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors i departaments** de l'Ajuntament per aquest encàrrec.

### 2.3 Equip de treball necessari

L'empresa ha de garantir en tot moment l'equip humà necessari per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic i, en particular, es requereix que el nombre de personal tècnic, integrat o no en l'empresa, participant en l'execució del contracte ha de ser, com a mínim, de 2 persones, segons els següent perfils professionals:

#### 1. Cap de projecte:

- Serà la persona responsable de la coordinació, planificació i gestió dels recursos, vetllant per la consecució dels objectius i tasques encarregades. Farà la interlocució amb la Direcció de Promoció Econòmica Internacional i altres persones implicades en l'execució del contracte. Farà el seguiment de les tasques i marcarà les línies de disseny dels materials requerits.
- Haurà de tenir una titulació o acreditació acadèmica de grau universitari en Comunicació, Periodisme, Publicitat, Disseny o Enginyeria Multimèdia i experiència professional mínima de 3 anys en llocs de responsabilitat com a cap de projecte (responsable de la coordinació, planificació i gestió dels recursos, interlocució i seguiment) en tasques de disseny i edició gràfica de materials de comunicació.

#### 2. Dissenyador/a i editor/a gràfic:

- Serà la persona responsable de dissenyar, crear i retocar material gràfic implementant els estils i llenguatges gràfics definits.
- Haurà de tenir una titulació de disseny, edició o multimèdia (grau mitjà o superior), o bé, un grau en Comunicació, Periodisme, Publicitat o Belles Arts, i una experiència professional mínima de 3 anys en tasques de disseny, creació i retoc de publicacions, materials gràfics o multimèdia.

En cas que per alguna causa justificada s'hagi de substituir una persona de l'equip de treball, es farà per una persona amb la mateixa formació i experiència que s'indica. En cas que la persona substituïda disposi d'una experiència superior a l'exigida com a solvència tècnica, i aquesta millora s'hagi valorat com a criteri automàtic, la persona substituïda haurà de disposar de la mateixa experiència que la persona a qui substitueix.

### 2.4 Lloc de realització i prestació

El lloc de prestació dels serveis serà les instal·lacions de l'empresa adjudicatària, i on el servei requereixi, normalment dins de la ciutat de Barcelona i sempre dins de la seva àrea metropolitana. Les reunions periòdiques de planificació i seguiment es realitzaran, principalment, a través de mitjans telemàtics, o a les oficines de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional.

El servei s'iniciarà un cop es formalitzi el contracte o bé quan es defineixi en la seva formalització.

**ANNEX:**

Materials o producte gràfic	Especificacions tècniques	Hores
<b>Creació i adaptacions d'imatge per al Barcelona International Community Day</b>		<b>200</b>
creació d'imatge i <i>claim</i>	creativitat segons brífing (amb text, logos i imatges)	
adaptacions per senyalística i altres materials de la fira		
adaptacions per a peces de comunicació digital	amb text, logos i imatges	
adaptacions a peces de comunicació impreses	amb text, logos i imatges	
adaptació per a insercions i anuncis en premsa	amb text, logos i imatges	
catàleg de 60 pàgines + adaptacions a 3 idiomes	amb text, logos i imatges	
adaptacions per a marxandatge	text i logos	
<b>Informes i publicacions per a imprimir</b>		<b>100</b>
1 publicació promocional (28 pàg.)	Amb text, fotografies, infografies, taules gràfics i indicadors	
2 publicacions (40 pàg.) - adaptació a 3 idiomes	amb text i alguna foto, taula o imatge	
1 publicació (40 pag.) - adaptació a 3 idiomes asiàtics	amb text, fotografies, infografies, taules gràfics i indicadors	
1 informe (10 pàg.) - adaptació a 3 idiomes	amb text i alguna fotos, taules o imatges	
5 díptics, tríptics o desplegable	amb text, logos i imatges	
<b>Materials per a espais o actes</b>		<b>53</b>
3 estands senzills per fires	2 murs de mides aprox (400x250cm) i mostrador amb frontal (100x70 cm)	
6 roll-ups	amb text, logos i imatges	
4 plafons i 2 pòsters i adaptacions	amb text, logos i imatges	

2 Vinils-plafó o panells indicatius	amb text, logos i imatges	
4 flyers	amb text, logos i imatges	
<b>Altres</b>		<b>33</b>
disseny de 2 pàgines web per al sites gestionats per la Direcció	amb text i imatges	
baners digitals per a xarxes socials, butlletins o web	amb text, logos i imatges	
<b>TOTAL HORES</b>		<b>386</b>