

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques QUE HAN DE REGIR LA
CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ DIGITAL
I DE CONTINGUTS DE BARCELONA CULTURA**

1. OBJECTE DEL PRESENT CONTRACTE

Els serveis de gestió digital i de continguts per a Barcelona Cultura que inclouen de forma general:

- La gestió i manteniment dels continguts de la pàgina web Barcelona Cultura (barcelona.cat/barcelonacultura), així com de les diferents pàgines institucionals que hi estan associades: com poden ser ICUB (barcelona.cat/barcelonacultura/icub), Suport al Teixit Cultural (barcelona.cat/barcelonacultura/ca/icub/suportalacultura) i altres. S'ha de tenir present que durant la durada d'aquest contracte està prevista la reestructuració de l'arquitectura del portal de Barcelona Cultura, raó per la qual algunes urls poden canviar; no obstant això, l'objecte d'aquest contracte seguirà fent referència a la gestió i manteniment d'aquests continguts.
- La creació, la gestió i el manteniment dels continguts de les seves xarxes socials
- La creació de continguts audiovisuals que poden ser utilitzats en altres suports més enllà de les xarxes.
- La gestió de l'atenció ciutadana els 365 dies l'any a través de les xarxes socials
- L'enviament de butlletins de notícies.
- L'assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies.
- La gestió de campanyes d'informació i comunicació a webs i xarxes socials
- La promoció de publicitat a les xarxes socials
- La gestió d'indicadors
- L'anàlisi de dades

2. PRESENTACIÓ

- Línies estratègiques

Barcelona Cultura és el principal web de relació amb la ciutadania de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). Aquest lloc, per tant, ha de servir per comunicar totes les informacions que des de l'ICUB es cregui convenient traslladar a la ciutadania, ja afectin a la organització de la institució, a les polítiques culturals que impulsa o als programes culturals que desenvolupa. No obstant això, Barcelona Cultura també té el compromís de traslladar a la ciutadania els esdeveniments culturals més interessants que aculli la ciutat de Barcelona.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

- Canals online

Barcelona Cultura té una web principal (barcelonacultura) i d'altres que se'n deriven: ICUB, Teixit Cultural i d'altres que poden aparèixer en el futur i que tinguin com a objectiu comunicar aspectes organitzatius de la institució. Queden excloses d'aquest contracte les webs dels programes culturals que posa en marxa anualment l'Icub (Grec, Mercè, Festival 42.....)

Barcelona Cultura compta actualment per a la seva comunicació amb dues xarxes socials (Instagram i Facebook), així com dos plataformes utilitzades com a repositori (Youtube i Spotify). No obstant, no s'exclou que durant la vigència del present contracte s'hagi d'impulsar la seva presència a altres plataformes degut a la constant innovació en aquest àmbit (s'ha de tenir present que malgrat es podrà ampliar el nombre de plataformes això no implicarà una major dedicació de l'empresa adjudicatària sinó que es farà una redistribució de les feines)

3. LLOC DE PRESTACIÓ

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'adjudicatari.

4. PÚBLIC OBJECTIU

La ciutadania de Barcelona, principalment, encara que també es pretén arribar a la ciutadania de Regió Metropolitana o als visitants a la ciutat.

5. OBJECTIUS

Aquests es podrien resumir en:

- ✓ Comunicar les polítiques culturals dutes a terme per l'Institut de Cultura
- ✓ Fer comprensible per a la ciutadania l'organització de la institució
- ✓ Posar a disposició del ciutadà informació sobre beques, subvencions i altres convocatòries que s'impulsen des de l'ICUB
- ✓ Comunicar els programes i les iniciatives culturals impulsades per la institució
- ✓ Fer de prescriptors en l'extens calendari d'iniciatives culturals de la ciutat.

6. CONDICIONS DE DESENVOLUPAMENT DEL SERVEI

6.1. Condicions generals

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques esmentades, durant el temps que duri l'adjudicació. Així mateix, disposarà d'efectius suficients, que compleixin els requeriments previstos en els plecs, per tal de cobrir possibles absències de forma immediata.

En cas que l'adjudicatari consideri necessari substituir algun dels efectius habituals destinats al servei, ho comunicarà per escrit al Cap de Comunicació amb la suficient antelació i sempre amb un mínim de 48h.

L'adjudicatari serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals. En cap cas aquest personal no tindrà vinculació jurídica o laboral amb l'ICUB.

L'adjudicatari s'haurà de coordinar amb diferents proveïdors i la resta dels equips de professionals i/o departamentals intervinents en la campanya tals com:

- Direcció de Serveis publicitaris de l'Ajuntament de Barcelona
- Redactors de continguts offline i online
- Empresa de publicitat i seguiment a xarxes i Google.
- Equip de relacions públiques

L'adjudicatari haurà de tenir disponibilitat ordinària de dilluns a divendres entre 9 a 21 h. Fora d'aquest horari s'establirà un canal de comunicació per a urgències (telèfon mòbil, email o canal d'urgències a Telegram). D'altra banda s'ha de garantir la disposició a fer guàrdies extraordinàries tant nocturnes com de cap de setmana per tal de poder donar cobertura a la gestió dels diferents esdeveniments promoguts per l'Institut de Cultura en els horaris i dies en què es produeixin.

A més, durant els caps de setmana i períodes de vacances es garantiran guàrdies per mantenir la contínua moderació i l'atenció dels usuaris (converses, comentaris, mencions, gestió d'incidències, etc.) i per a la implementació de les accions de comunicació que pertoquin.

En qualsevol cas, l'empresa ha de ser capaç d'elaborar els continguts i gestionar les xarxes socials les 24h del dia els 365 dies de l'any, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles.

D'igual manera l'adjudicatari haurà de tenir disponibilitat i recursos per produir notícies d'urgència en un període inferior a les tres hores des de la recepció de la indicació quan així li sigui requerit.

L'empresa haurà d'estar en disposició de poder fer cobertures en directe per a les xarxes socials en un calendari que es pactarà amb prou antelació amb el departament de Comunicació. D'igual manera, i per tal de poder cobrir una urgència comunicativa a través de les xarxes socials, l'ICUB podrà demanar que l'empresa es personi en un punt de la ciutat de Barcelona en un termini màxim de dues hores, per tal de poder dur a terme un seguiment/acció de difusió.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

Caldrà dur a terme reunions periòdiques de coordinació amb els tècnics de comunicació responsables (a l'ICUB o per videoconferència). Pel seguiment del servei, també es podran establir aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i l'adjudicatari.

L'empresa adjudicatària haurà de fer servir programes informàtics de l'Ajuntament i tindrà accés a les seves pàgines web. D'igual manera, l'empresa adjudicatària per executar el contracte haurà de fer el tractament de dades de nivell baix d'usuaris de l'Institut de Cultura a través de les condicions establertes per a la realització de concursos a les xarxes socials (Facebook i Instagram).

Es vetllarà per la qualitat de la pàgina web i les xarxes de Barcelona Cultura a través de continguts cuidats que donin resposta a l'estratègia online. La correcció lingüística de tota la comunicació i de totes les peces proposades és un requisit imprescindible i indispensable per part de l'adjudicatari.

El preu de licitació inclou totes les despeses necessàries per a la prestació del servei (material tècnic, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, desplaçaments i qualsevol altra relacionada directament amb la creació, adaptació, correcció i traduccions al castellà i l'anglès dels continguts de les publicacions i accions comunicatives).

L'adjudicatari no podrà fer publicitat a través dels seus canals del fet d'haver estat adjudicatari per l'ICUB dels serveis licitats.

6.2. Adscripció de mitjans personals.

El personal tècnic estarà format, com a mínim, de:

1. Una persona amb dedicació de jornada completa al programa amb la titulació de llicenciatura o Grau en Ciències de la Informació, especialitat Periodisme, o equivalent, i amb un experiència mínima de cinc anys en:
 - Comunicació digital i social media, i creació de continguts.
 - Elaboració d'estratègies per a XXSS de projectes culturals.
 - Elaboració de campanyes de pagament per a XXSS de projectes culturals.
 - Elaboració d'analítiques sobre els resultats de XXSS de projectes culturals i d'implementar les accions que se'n deriven per millorar els resultats.
2. Una persona amb dedicació de mitja jornada al projecte, amb la titulació de Grau en Disseny Gràfic o equivalent, i amb un experiència mínima de 3 anys en:
 - Comunicació digital i social media, gestió web i creació de continguts visuals per a projectes culturals en XXSS de més de 5.000 seguidors,
 - Domini de l'ús de les xarxes socials (Facebook, Instagram)

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

- Domini de Hootsuite, Canva i altres programes que puguin incorporar-se de manera habitual a la gestió de xarxes
 - Ús avançat de programes de realització audiovisual i disseny gràfic (photoshop o similar), d'edició d'audiovisuals i de creació de continguts interactius com ara infografies.
3. Dos persones, amb dedicació intensiva al projecte, com a community manager, amb la titulació de llicenciatura o Grau en Ciències de la Informació, especialitat Periodisme, o equivalent, i amb un experiència mínima de tres anys en:
- Comunicació digital i social media, i creació de continguts.
 - Community manager, gestor/a web i creador/a de continguts per a projectes culturals en XXSS de més de 100.000 seguidors.
 - Domini de l'ús de les xarxes socials (Facebook, Instagram, i Youtube)
 - Redacció de continguts culturals en diferents formats periodístics (tant textuais com a visuals)
 - Domini de Hootsuite
 - Nocions de fotografia i vídeo
4. Dos persones amb dedicació intensiva al projecte, amb la titulació de llicenciatura o Grau en Ciències de la Informació i amb una experiència una d'elles de més de set anys (redactor sènior) i l'altra de tres anys (redactor junior)
- Redacció de notícies en diferents formats periodístics per a webs o mitjans de comunicació culturals
 - Coneixements del sector cultural barceloní
 - Prescripció d'esdeveniments del sector cultural barceloní
 - Coneixements de Drupal i WordPress
5. Una persona amb dedicació de 2/3 de jornada i amb una experiència mínima de 5 anys en
- Pujada de continguts a webs Drupal i WordPress
 - Elaboració de butlletins
 - Coordinació d'equips

6.3. Estratègia

Pla de comunicació online i calendari editorial

Desenvolupar conjuntament amb els responsables del departament de Comunicació una estratègia online que respongui als objectius marcats i que contribueixi a difondre els continguts de Barcelona Cultura a través dels canals online de Barcelona Cultura.

Serà missió del Departament de Comunicació de l'ICUB determinar quantes, quines i en quin moment s'han de comunicar totes les notícies que fan referència a l'organització o activitat de la institució i també marcar pautes sobre la seva comunicació a través de les xarxes online.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

Serà missió de l'empresa adjudicatària establir un calendari d'esdeveniments impulsats per la iniciativa privada que serveixi per posicionar culturalment la ciutat.

Serà missió de l'empresa adjudicatària establir mecanismes per aconseguir que les notícies (tant les relatives a l'organització de la institució com les sorgides del calendari de la ciutat) arribin a tota la ciutadania i tinguin el major impacte possible en la ciutat.

Serà missió de l'empresa adjudicatària recomanar solucions i noves eines comunicatives al Departament de Comunicació de l'ICUB per tal de poder donar compliment als objectius marcats, així com elaborar i compartir informes sobre el funcionament del web i les xarxes i la reputació de la marca per tal de poder millorar-los.

Tot això quedarà reflectit en un calendari de notícies on conviuran les creades per l'empresa adjudicatària sobre organització i activitats de l'ICUB, les procedents d'altres webs municipals, les aportades per agents externs i les que redactarà l'empresa adjudicatària en la seva qualitat de prescriptor cultural.

A partir d'aquest calendari de notícies s'elaborarà un de paral·lel per a la seva comunicació en les xarxes socials.

6.4. Pàgina webContinguts d'actualitat per al web (notícies)

La web de Barcelona Cultura es nodrirà de continguts de procedències diverses. El present contracte contempla

- la creació de 100 notícies web mensuals
- la coordinació i pujada al web d'altres entre 50 i 100 notícies mensuals més que hauran estat redactades per a altres webs de la casa o per agents externs.

Així, en total, el web de Barcelona Cultura publicarà un mínim de 150 notícies mensuals que, en ocasions, poden arribar a les 200. Serà feina de l'empresa adjudicatària categoritzar-les i elaborar amb totes elles una graella de continguts setmanals.

Les notícies redactades per l'empresa adjudicatària tindran un doble objectiu:

- transmetre continguts propis de les polítiques i programes del l'Institut de Cultura
- fer de prescriptor de l'ecosistema cultural de la ciutat de Barcelona

En el primer cas, és a dir aquelles notícies que facin referència a polítiques, estratègies o programes de l'ICUB (aproximadament el 25%, encara que poden ser més), l'empresa adjudicatària rebrà el calendari i la informació necessària per redactar les notícies encara que serà la propi empresa adjudicatària qui hagi de buscar la

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

informació necessària per contextualitzar-les. Aquestes notícies poden arribar amb caràcter d'urgència i haver de ser redactades en un termini de tres hores.

En el segon cas, és a dir, aquelles notícies que fan referència a l'ecosistema cultura, serà l'empresa adjudicatària qui farà la selecció en la seva condició de prescriptor i qui recollirà la informació i les imatges necessàries per a la seva redacció.

Les notícies redactades per l'empresa adjudicatària hauran de tenir sempre versió catalana i castellana i fins a un 25 % d'aquestes també hauran de tenir versió anglesa. És responsabilitat de l'empresa adjudicatària que tots els missatges siguin correctes tant pel que fa a la gramàtica com pel que fa a l'ortografia.

Les altres notícies (entre 50 i 100 al mes) procediran d'altres webs de la casa o d'agents externs que demanin a l'ICUB aparèixer al web de Barcelona Cultura. En el cas de notícies d'altres webs municipals, l'empresa adjudicatària haurà de participar en el procés de coordinació i selecció i serà l'encarregat de pujar-les al web de Barcelona Cultura. En el cas de les que vinguin d'agents externs, l'empresa adjudicatària haurà de fer el seguiment de la recepció de materials i la seva pujada al web.

Les notícies calendaritzades per a cada dia hauran d'estar corregides, traduïdes i pujades al web a les 8.00h excepte els casos que s'acordi un altre horari amb el departament de Comunicació de l'ICUB.

El web de Barcelona Cultura està fet en Drupal i WordPress. Les webs d'on procediran les notícies poden estar fetes en alguna versió de Drupal o en Wordpress.

Manteniment web

Es farà el manteniment i l'actualització d'aquells continguts de la web Barcelona Cultura que sigui necessari. Algunes de les notícies del web Barcelona Cultura (un màxim de 50 al mes) poden haver d'aparèixer a altres webs de l'ecosistema web de l'ICUB (<https://www.barcelona.cat/barcelonacultura/ca/icub>) i l'empresa adjudicatària també haurà de publicar-les en aquests altres llocs web.

D'igual manera aquestes webs poden precisar d'algun tipus de manteniment o actualització de continguts que també estarà al càrrec de l'empresa adjudicatària (màxim 20 hores mensuals)

6.5. Xarxes socials

Manteniment dels perfils de xarxes socials

L'empresa adjudicatària haurà de responsabilitzar-se del manteniment dels perfils de xarxes socials de Barcelona Cultura, que hauran d'estar actives els 365 dies de l'any, segons l'estratègia, el pla de comunicació i el calendari editorial. Això inclou la

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

publicació, dinamització i atenció a l'usuari. L'idioma preferent de les comunicacions de Barcelona Cultura és el català, encara que no es descarta fer alguna publicació en un altre idioma.

Serà missió de l'empresa adjudicatària elaborar l'estratègia de les xarxes de Barcelona Cultura així com indicar totes les innovacions que s'han de posar en marxa per tal que aquestes xarxes mantinguin la seva excel·lència. D'igual manera es demanarà a l'empresa adjudicatària que elabori estratègies concretes per tal de presentar davant la ciutadania programes o iniciatives concretes dutes a terme per l'Icub.

També s'ha d'encarregar de la identificació i seguiment periòdic de perfils estratègics (influencers, líders d'opinió) així com l'elaboració d'una base de dades on quedin recollits, a més del disseny, la gestió i la implementació d'accions comunicatives que puguin implicar-los.

Es faran reunions amb l'equip responsable d'ICUB per establir prioritats, fets destacables, implicació i distribució de tasques en funció de la tipologia d'esdeveniment i millores i accions per dur a terme.

L'empresa adjudicatària gestionarà els canals de Facebook i Instagram i possibles noves plataformes i canals que sorgeixin durant l'execució del contracte. A continuació es detalla la freqüència ordinària de publicació a les diferents xarxes però aquesta pot variar significativament en determinats moments de l'any en els quals ICUB estigui desenvolupant algun programa important (Mercè, Llum BCN, Biennal de Pensament, etc).

Facebook

La gestió del canal de Facebook inclou:

- Publicació d'un mínim 12 posts setmanals.
- Facebook Stories: Publicació d'un mínim de 10 a 15 continguts a la setmana.
- Seguiment de notificacions (likes, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Gestió de possibles directes a través de Facebook Live.
- Gestió de la imatge del perfil (canvis de capçaleres, de foto de perfil, de visualització del mur, etc.).
- Les imatges que es publiquin a Facebook hauran de ser pròpies o amb autorització del seu autor. A més, hauran de complir els requisits tècnics de Facebook

Instagram

La gestió del canal d'Instagram inclou:

- Publicació d'un mínim de set publicacions setmanals al timeline.
- Publicació d'un mínim de 3 continguts a Instagram Stories cada dia.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

- Seguiment de notificacions (likes, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Gestió de possibles directes a través de Instagram Live.
- Creació de visuals i vídeos per acompanyar les notícies que, en determinades ocasions, poden haver de ser adaptats a formats externs a les xarxes per al seu ús per part de l'ICUB
- Recerca dels hashtags relacionats amb les activitats ICUB per crear interacció amb els nostres seguidors i possibles futurs seguidors.
- Gestió de la imatge del perfil i contingut de la bio. Canviant l'enllaç adjunt segons interès (web, venda d'entrades, blog...)
- Les fotografies que es penjin a Instagram han de ser pròpies o tenir l'autorització del fotògraf

Youtube

La gestió del canal de Youtube inclou:

- Publicació de vídeos dels esdeveniments al seu canal de Youtube.
- Creació de llistes de reproducció per categoritzar el contingut

Spotify

Gestió del perfil de l'esdeveniment a Spotify, a partir de la creació de playlists i de la gestió d'altres continguts en format audio, com ara *podcasts*.

Continguts per a xarxes socials

Recerca i creació de continguts: Els continguts de les xarxes socials es crearan bàsicament a partir de les notícies publicades a Barcelona Cultura.

L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar grafismes, banners, animacions, vídeos i cartel·les per compartir a les xarxes socials per tal d'explicar gràficament algunes de les notícies. Haurà de crear aquests materials per a un mínim del 50% de les notícies. Les adaptacions creatives on line de les imatges de campanya no són objecte d'aquest contracte però sí que es pot requerir la creació d'algun material específic.

L'empresa adjudicatària haurà d'aportar fotografies i petits vídeos (reels) de seguiments per a les xarxes: l'empresa haurà de cobrir in situ determinats esdeveniments (fins a 15 al mes) i realitzar el material necessari (textual, fotogràfic i petits enregistraments de vídeo) per tal de comunicar-los. L'empresa serà la responsable de gestionar la cessió dels drets de les fotografies per tal de poder-les utilitzar a xarxes. D'alguns dels materials gràfics es podrà demanar adaptacions en altres formats dels usuals a xarxes perquè l'ICUB en pugui fer ús

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

L'empresa adjudicatària cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans. El preu de compra/realització de totes les fotografies o grafismes estaran inclosos al pressupost.

L'empresa adjudicatària s'haurà de coordinar amb diferents proveïdors (fotògrafs, premsa, empreses de creació de vídeo) contractats per l'ICUB per tal de publicar el contingut que aquests generen a les xarxes.

L'empresa adjudicatària haurà d'assumir la realització d'accions (concursos d'entrades, de fotografies, jocs, preguntes obertes...) orientades a la participació, a l'engagement i al tràfic a web. Tots els concursos hauran de tenir les seves bases legals, que l'empresa haurà de redactar. L'ICUB ja disposa d'unes bases legals que cobreixen els concursos de sorteig d'entrades o similar a es xarxes socials de l'ICUB, però si l'empresa proposa un concurs de tipologia no prevista a les bases caldrà primer s'actualitzin les bases legals.

Pla de mitjans

Gestió i implementació de campanyes d'anuncis a Facebook, , Instagram i Google que arriben fruit d'un pla de mitjans contractat per l'Ajuntament de Barcelona.

S'inclou la proposta, coordinació amb la Central de Mitjans, implementació i gestió de principi a final de de diferents campanyes. L'empresa adjudicatària adaptarà tant les imatges com el missatges a cadascun dels formats publicitaris que es contractin en les esmentades xarxes.

Inversió en xarxes

Dins de l'import de licitació es contempla que l'empresa adjudicatària pugui decidir disposar d'una partida de 15.000 € + IVA anuals poder invertir-la en campanyes de difusió si es creu necessari per assolir els diferents objectius marcats al llarg de l'any. Aquesta partida, en cas de no ser utilitzada amb aquesta finalitat, no serà abonada a l'empresa adjudicatària.

Les adaptacions de la gràfica de campanya i el copy de les campanyes digitals estan incloses en aquest pressupost.

Si l'empresa proposa un format audiovisual, la implementació, producció i gestió de la peça proposada anirà a càrrec de l'empresa i es descomptarà d'aquest pressupost.

L'adjudicatari haurà de destinar aquesta partida al fi previst en aquest plec i no podrà destinar en cap cas aquest import a altres tasques sense autorització prèvia de la persona cap del departament de Comunicació de l'ICUB.

La dotació econòmica és de caràcter fixe i en tot cas, és potestat de l'ICUB fer-ne ús.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

Guàrdies i atenció a l'usuari

L'empresa haurà de prestar servei els 365 dies de l'any preveient oferir servei de guàrdia cada cap de setmana de l'any.

Aquestes guàrdies hauran d'estar millor dotades de personal i recursos quant els programes desenvolupats per l'ICUB així ho demanin per poder comunicar fer seguiment dels esdeveniments, informar de possibles incidències o cancel·lacions i prestar atenció ciutadana per resoldre dubtes o consultes que arribin a través de les xarxes.

Caldrà definir el protocol de moderació i atenció a l'usuari (converses, comentaris, mencions i missatges privats), així com la gestió de crisis en coordinació amb el referent de Comunicació de l'ICUB.

Informes

Una setmana després de cada esdeveniment es lliurarà un informe amb mètriques de les xarxes de Barcelona Cultura per al control de l'estat de les xarxes i valoració de les accions i de resultats, amb detall de possibles millores.

Mensualment es farà un resum amb indicadors qualitatius i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin l'engagement del contingut a les xarxes socials de Barcelona Cultura, i es farà un anàlisi de les publicacions que han tingut un major èxit a les diferents xarxes socials i també d'aquelles que han portat més tràfic al web. Aquests informes sempre hauran d'incloure: impressions, abast, interaccions, seguidors i publicacions i dades sobre les campanyes de pagament quan es facin. D'igual manera hauran d'aportar possibles millores del servei que es desprenguin de l'anàlisi de les dades.

En cas de sol·licitar-se el seguiment urgent d'un hashtag, conversa o crisi a les xarxes, s'haurà de lliurar en un termini de dues hores els resultats de l'anàlisi.

ICUB pot sol·licitar a l'empresa altres indicadors en funció de les necessitats del servei.

D'igual manera i amb caràcter anual, l'empresa adjudicatària realitzarà un informe sobre els resultats i els comportaments del conjunt de xarxes socials que conformen l'univers digital de l'Institut de Cultura. Serà el departament de Comunicació qui li proporcionarà les dades quantitatives i serà missió de l'empresa adjudicatària elaborar un informe que detecti possibles mancances o males praxis a la gestió d'aquestes xarxes.

Tots els informes hauran de lliurar-se en un repositori comú acordat.

6.6. E-mail màrqueting

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

Butlletins i newsletters

Elaboració i selecció de continguts redaccionals i visuals, i coordinació de l'enviament de comunicacions d'e-mail màrqueting setmanals, així com en funció de les necessitats de reforç d'accions de comunicació concretes.

S'hauran de preparar a través de la plataforma de butlletins contractada per l'Ajuntament de Barcelona en cada moment.

6.7. Redacció

Condicions i requeriments

L'elaboració dels continguts serà específica per a l'Institut de Cultura, que en tindrà els drets per a la seva publicació en diversos formats i plataformes, tant en les específiques de Barcelona Cultura com d'altres programes.

L'extensió de les notícies serà d'un mínim de 2.000 caràcters amb espais (títol i subtítols inclosos).

Se seguiran els requeriments que marqui ICUB a nivell d'estil, format, distribució i indexació (categorització, etiquetatge d'articles, etiquetatge d'imatges, inclusió de paraules clau, etc).

El llenguatge serà entenedor, amè, neutre, no sexista, sense valoracions i de qualitat.

L'elaboració de continguts serà específica per a l'ICUB

La normativa lingüística i ortogràfica de cada idioma es portaran a terme de manera molt estricta. En aquest sentit la correcció ortogràfica i gramatical i/o traducció dels textos (català, castellà i anglès) dels textos descrits al present document son objecte del present concurs.

El temps de lliurament dels diferents textos serà el que requereixi l'Institut de Cultura de Barcelona.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

7. ACCESSIBILITAT

En totes les tasques que s'han de desenvolupar caldrà tenir en compte la normativa d'accessibilitat facilitada per la Direcció de Comunicació Digital de l'Ajuntament de Barcelona.

8. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el secret més absolut de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzades per l'Institut de Cultura de Barcelona.

L'adjudicatari cedeix a l'Institut de Cultura de Barcelona, sense limitació de cobertura territorial, de manera no exclusiva i fins que passin a domini públic, els drets d'explotació, en concret, reproducció, distribució, comunicació pública i transformació, de totes les peces multimèdia, audiovisuals que realitzi durant tot el període de durada del contracte, així com les còpies i suports que en faci per a ús intern i difusió pública a la pàgina web i altres suports digitals (Instagram, , Facebook, etcètera) i per a qualsevol ús que determini l'Institut de Cultura de Barcelona d'acord amb allò que disposa el Reial decret legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de propietat intel·lectual. Aquesta cessió inclou l'ús en tots els formats (9:16 i 16:9) i suports, tant digitals com físics.

9. PROTECCIÓ DE DADES DE CARÀCTER PERSONAL

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen a les instal·lacions informàtiques de l'Ajuntament de Barcelona, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica 15/1999 de protecció de dades de caràcter personal (LOPD).

Queda estrictament prohibit qualsevol mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de l'Institut de Cultura de Barcelona que puguin fer els tècnics de l'adjudicatari. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de l'Institut de Cultura de Barcelona sense l'autorització del personal intern de l'Institut de Cultura de Barcelona.

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

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

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte ha de ser advertit clarament sobre aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

L'Institut de Cultura de Barcelona es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables d'eventuals cessions.

10. FACTURACIÓ DEL SERVEI

El servei s'ha de facturar mensualment a través del registre telemàtic entre el dia 1 i el 5 de cada mes. A la factura s'ha de fer constar el servei encomanat amb el detall de les accions realitzades i d'acord amb els preus de l'oferta econòmica.