

# PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PER A LA CONTRACTACIÓ DEL NOU SISTEMA VISUAL PER A LA COMUNICACIÓ DE BARCELONA ACTIVA

## INTRODUCCIÓ

BARCELONA ACTIVA SAU SPM, l'agència de desenvolupament econòmic i local de l'Ajuntament de Barcelona, acompanya la ciutadania de Barcelona al llarg de la seva vida professional, oferint-los l'assessorament, les eines, la formació i els serveis que puguin necessitar en els diferents moments vitals i professionals en els que es trobin.

Així doncs, Barcelona Activa, principalment:

- Acompanya la ciutadania durant tot el procés de cerca de feina i millora professional: OCUPACIÓ.
- Dona suport a les persones emprenedores per fer realitat les seves idees de negoci, sigui de forma col·lectiva o individual: EMPRENEDORIA.
- Ajuda les empreses i organitzacions a créixer, connectar-se amb l'ecosistema i consolidar-se amb models socialment sostenibles i responsables: EMPRESES.
- Ofereix formació actual i de qualitat a les persones que busquen feina, volen emprendre o fer créixer la seva empresa, així com formació d'alt contingut tecnològic per a professionals que volen actualitzar-se contínuament o reconvertir-se al sector TIC per augmentar les possibilitats de trobar feina: FORMACIÓ.

La missió de Barcelona Activa promoure l'ocupació de qualitat, la iniciativa emprenedora, la competitivitat empresarial i la diversificació del teixit productiu, per a assolir un model econòmic sostenible, inclúsiu i just. Amb la visió de fer de Barcelona una ciutat de referència per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

En total, Barcelona Activa atén anualment més de 55.000 persones i gairebé 7.000 empreses a través dels més de 100 serveis i programes desplegats per tota la ciutat.

## CONTEXT

Fruit de l'anàlisi de l'arquitectura de marca de BARCELONA ACTIVA realitzat el 2024 es va arribar a la conclusió que calia un procés de revisió de la imatge gràfica corporativa per adaptar-la a una nova arquitectura que potencii la marca reconeguda, BARCELONA ACTIVA, i ajudi a ordenar i faciliti la comprensió de les derivades corresponents als diferents serveis (emprenedoria, treball, etc.) i públics (dones, joves, etc.).

En paral·lel, l'Ajuntament de Barcelona va treballar en una anàlisi similar d'arquitectura de marca que va portar a la racionalització de marques i a la creació d'un nou sistema visual que es va presentar l'octubre de 2025 i s'està aplicant de manera progressiva a tots els àmbits municipals. Aquest sistema s'ha aplicat a la identitat gràfica actual de BARCELONA ACTIVA i marcarà la nova arquitectura de marca que es podrà optimitzar per a una millor convivència entre les marques (forma, colors, etc.).

Finalment, aquest nou sistema visual es planteja amb la vista fixada en el 40è aniversari de BARCELONA ACTIVA, que se celebra al desembre de 2026 i que resulta un moment ideal per presentar aquest nou sistema amb una declinació específica commemorativa d'aquest aniversari.

## L'ANÀLISI DE L'ARQUITECTURA DE MARCA DE BARCELONA ACTIVA

Tal i com es facilita en l'extracte de les conclusions del procés d'anàlisi de l'arquitectura de marca de BARCELONA ACTIVA, la marca corporativa és coneguda pel públic al que adreça els seus serveis (mitjana superior al 70% dels enquestats de l'Òmnibus municipal) i, a més, aquest públic coneix a què es dedica i quins serveis ofereix. Destaquen altres dades com el coneixement en persones amb més formació o què el servei es valora i s'utilitza en moments especialment delicats en termes professionals (atur, reorientació laboral, emprenedoria, etc.).

Fins ara la marca corporativa BARCELONA ACTIVA ha compartit protagonisme amb diverses denominacions de serveis, equipaments i programes que, al llarg dels anys, s'han caracteritzat amb imatges i logotips propis, creant un sistema visual confús en què la marca coneguda quedava relegada. Amb l'objectiu de potenciar aquesta marca, coneguda i valorada, es va concloure que cal adoptar una nova arquitectura de marca, basada en la construcció d'una

única marca vàlida per a tota l'activitat de BARCELONA ACTIVA, tenint en compte el ventall d'activitats i públics. És a dir, una nova imatge gràfica amb les declinacions que l'estructura de l'oferta de serveis i l'estratègia d'actuació de la marca requereixen.

A l'annex 1 d'aquest Plec de Prescripcions Tècniques es poden trobar els pilars (Emprenedoria / Empresa / Ocupació / Talent Digital) i col·lectius (dones i joves) estratègics que cal tenir en compte.

## **NECESSITATS I CARACTERÍSTIQUES DEL NOU SISTEMA VISUAL DE BARCELONA ACTIVA**

El nou sistema visual de BARCELONA ACTIVA ha de respondre a una sèrie de necessitats i de característiques:

Necessitats:

- Tenir en compte la imprescindible adaptabilitat als mitjans i formats digitals, atesa l'elevada activitat que BARCELONA ACTIVA hi desenvolupa.
- Prestar una especial atenció a la convivència imprescindible de la marca BARCELONA ACTIVA amb la marca Ajuntament de Barcelona i als condicionants que això significa, d'acord amb la seva nova imatge gràfica. Buscar, en aquest sentit, la millor convivència entre les dues marques de forma que generi sinèrgies per a ambdues.
- Crear una imatge gràfica potent i versàtil amb tres objectius principals:
  - Representar la corporació (BARCELONA ACTIVA) de forma coherent amb la seva activitat, relat i personalitat actual.
  - Donar presència als seus pilars i col·lectius estratègics actuals.
  - Establir la necessària convivència amb la de l'Ajuntament de Barcelona.

Característiques bàsiques de la nova marca:

- Potent / amb força: la marca BARCELONA ACTIVA ha de ser capaç de conviure i destacar en un entorn en el que hi haurà una marca sempre més forta, Ajuntament de Barcelona. Així doncs, cal fer-ho de forma que aquesta necessària convivència generi sinèrgies per a ambdues marques.
- Transversal / declinable: la marca ha de poder donar forma als quatre pilars estratègics de BARCELONA ACTIVA (i d'altres que puguin establir-se com a tals) sense perdre la força de la marca mare. Tanmateix, la marca ha de poder admetre versions temporals que potenciïn el seu dinamisme o circumstàncies que facin necessària una comunicació específica (per exemple, 40è aniversari).
- Única: BARCELONA ACTIVA ha de desenvolupar la seva activitat amb aquesta marca i cap d'altra al mateix nivell (d'altres submarques que es puguin admetre sempre hauran d'estar per sota i hauran de ser coherents amb la imatge de la marca-mare).
- Senzilla / clara: la marca BARCELONA ACTIVA ha d'estar lliure d'artificis per facilitar la seva comprensió, la seva utilització o la seva identificació.
- Coherent: sobretot en dos grans àmbits, la feina que desenvolupa i l'entorn en el que la desenvolupa. També amb la seva experiència, doncs són 40 anys d'una trajectòria prou sòlida, amb presència pública.
- Actual / innovadora: la marca BARCELONA ACTIVA ha de treure pit d'estar sempre innovant per avançar-se a les necessitats del mercat (empresarial, laboral, formatiu, etc.).

Característiques a tenir en compte en l'adaptació del nou logotip del 40è aniversari:

- El logotip del 40è aniversari ha de transmetre celebració, trajectòria i compromís amb la ciutat, reflectint el paper que l'organització ha tingut en el seu progrés social i econòmic.
- Ha d'integrar els valors que guien la missió actual: inclusió i perspectiva de gènere, proximitat, innovació i ocupació de qualitat.
- Ha de transmetre el missatge "Fa 40 anys que som al costat de les persones i de les empreses, promovent la inclusió, l'ocupació de qualitat i la igualtat d'oportunitats, i contribuint al desenvolupament econòmic i social de la nostra ciutat."
- L'objectiu és crear un símbol commemoratiu que no només celebri quatre dècades d'història, sinó que projecti una visió de futur.
- El número 40 ha de ser protagonista i ha d'aparèixer integrat amb la nova identitat visual.

## OBJECTE I ABAST DE LA LICITACIÓ

Per poder donar resposta a aquesta necessitat, BARCELONA ACTIVA necessita convocar una licitació per contractar la creació del nou sistema visual corporatiu que respongui a l'arquitectura de marca plantejada i permeti l'adaptació a tots els serveis i públics, a més d'una declinació específica pel 40è aniversari.

## L'ENCÀRREC INCLOU

1. Desenvolupament conceptual de la proposta del nou sistema visual.
2. Plantejament del nou sistema visual de BARCELONA ACTIVA:
  - 2.1. **Logotip i versions corporatives:** màster del logotip principal i isotip, versions secundàries, monocromàtiques i adaptacions cromàtiques, així com normes d'ús, àrea de protecció, marges de seguretat, mides mínimes i usos incorrectes.
  - 2.2. **Arquitectura de marca:** definició del model d'arquitectura, jerarquies visuals i criteris de convivència amb les línies d'activitat i amb el logotip de l'Ajuntament de Barcelona.
  - 2.3. **Sistema cromàtic:** paleta principal i secundària (codis RGB, CMYK, HEX i Pantone), valors cromàtics per a entorns digitals i impressió, criteris d'accessibilitat i combinatòria de colors.
  - 2.4. **Sistema tipogràfic:** tipografies corporatives principals i complementàries, jerarquies tipogràfiques, criteris d'ús en suports on-line i off-line.
  - 2.5. **Elements gràfics, recursos visuals i estructures:** definició de formes, textures, retícules, elements de suport i patrons compositiu que estructurin el sistema gràfic i garanteixen la coherència visual en tots els suports.
  - 2.6. **Sistemes d'il·lustració, iconografia i fotografia:** criteris estilístics, llenguatge visual, tipus d'imatges, tractament cromàtic, enquadraments i pautes de selecció i producció gràfica, alineats amb la personalitat de la marca i el relat de ciutat.
3. Adaptació en motiu de la commemoració dels 40 anys de BARCELONA ACTIVA.
4. Manual: elaboració del nou manual corporatiu d'identitat visual. S'adjunta com a Annex 2 manual actual amb els apartats que ha d'incloure, com a mínim, el nou manual de marca.
5. Creació de màsters: entrega de tots els arxius (logotips, manual, adaptacions, etc.) en diversos formats png, jpg, pdf i en format obert i editable (.ai o similar).

L'encàrrec no inclou tota l'adaptació a la senyalització d'espais.

## ANNEXOS

- Annex 1: Extracte de l'anàlisi de l'arquitectura de marca de Barcelona Activa.
- Annex 2: Manual actual d'identitat visual de Barcelona Activa.
- Annex 3: Postal actual dels serveis per a empreses.
- Normativa gràfica de l'Ajuntament de Barcelona: <https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/ca>

Isabel Ponti Riudor  
Responsable de Comunicació