



**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIX EL CONTRACTE DEL
SERVEI DE CREATIVITAT GRÀFICA I ADAPTACIONS PER AL DEPARTAMENT
D'INTERIOR I SEGURETAT PÚBLICA**

ÍNDEX

1. ANTECEDENTS
2. OBJECTE DEL CONTRACTE
3. ABAST
4. ESPECIFICACIONS DEL SERVEI
5. MITJANS PERSONALS
6. PROPIETAT DELS TREBALLS ELABORATS PER L'EMPRESA
CONTRACTISTA
7. CLÀUSULES AMBIENTALS

ANNEX: BRÍFING A EFECTES D'OFERTA TÈCNICA



1. ANTECEDENTS

L'Oficina de Comunicació del Departament d'Interior de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb l'article 3.6 del Decret 12/2023, de 24 de gener, de reestructuració del Departament d'Interior, és l'encarregada, entre d'altres funcions, de dissenyar la política de comunicació del Departament, coordinar les relacions dels diversos òrgans amb les mitjans de comunicació i supervisar la difusió de la informació relativa a l'activitat del Departament.

A més, de totes les accions fora de línia, actualment, disposa de diversos canals a les xarxes socials, sense perjudici dels que pugui obrir en el futur. Són els següents: (https://interior.gencat.cat/ca/xarxes_socials/)¹.

[enllaç](#)



46.180 seguidors

[enllaç](#)



5.127 seguidors

[enllaç](#)



23.279 seguidors

[enllaç](#)



2.290 subscriptors

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del present contracte és el servei de creació gràfica, des de la creativitat, disseny, realització i producció de peces de difusió, adaptacions dels anuncis, creativitat en xarxes socials i creació de continguts de marca.

Aquest servei pretén cobrir les necessitats cada vegada majors de creació de peces gràfiques per a la comunicació fora de línia i en línia, des de materials de comunicació corporativa, materials de difusió a la ciutadania fins a peces específiques per a campanyes institucionals i peces específiques per a xarxes socials, des de cartells, tríptics, trasseres per actes, peces gràfiques per a Facebook, Instagram o X, etc.

3. ABAST

Objectius:

Es necessita disposar d'un servei de suport permanent que pugui desenvolupar la creativitat i l'execució gràfica. Els serveis a prestar es concreten en:

- **Creativitat gràfica:** creativitat, disseny, realització i producció de productes de comunicació institucional i gràfiques de suport que es difonguin en tots o en algun/s dels canals propis i en els mitjans de comunicació.

Per a cada encàrrec es realitzarà la corresponent comanda mitjançant l'entrega d'un brífing, que contindrà els requeriments específics de cadascuna de les

¹ Dades a 25 de juliol de 2025



campanyes (objectius de comunicació, missatges, públic objectiu, to i estil, mitjans a on es difondrà i termini d'entrega).

Les tasques a desenvolupar van des de la definició de la idea i conceptualització de la proposta creativa fins a la realització de les peces. En tots els casos l'empresa contractista lliurarà un dossier en format electrònic que contindrà de forma detallada la conceptualització de la proposta creativa.

Quan parlem de disseny gràfic fem referència a la conceptualització d'idees i definició conjunta amb l'Oficina de Comunicació del grafisme de les activitats o campanyes que cal comunicar, així com al disseny i comunicació de diverses peces de comunicació, que podran ser en diferents formats i que es poden treballar en diversos idiomes a més de castellà i català (anglès, àrab, urdú, bengalí, etc.). S'inclourà sempre la preparació dels originals d'impremta (arts finals) de la peça dissenyada, a més del seguiment de la producció en cas necessari amb el proveïdor que es designi.

La composició original s'haurà d'adequar a la normativa gràfica de la Generalitat i podrà incloure elements originals com la fotografia o la il·lustració, que s'hauran de definir conjuntament amb el Departament de Comunicació i la Direcció General de Difusió.

Els serveis de disseny objecte del contracte, per tant, es distingeixen entre la següent categoria:

- **Conceptualització**

- Creativitat gràfica nova
- Creativitat gràfica amb suport fotogràfic original
- Creativitat gràfica amb suport d'il·lustració original

- **Dissenys originals**

Les diverses peces de comunicació que poden sorgir a partir del disseny gràfic es concretaran en la següent classificació:

1. Creativitat gràfica nova:
 - a. Productes d'1 o 2 cares: Targeta protocol·lària, cartell, octaveta, postal, punt de llibre, vinil, etc.
 - b. Productes plegats: Díptic, tríptic, quadríptic i altres desplegable.
 - c. Productes de diverses pàgines: Programa d'activitats o guies.
 - d. Productes digitals estàtics: banner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.
 - e. Productes digitals dinàmics: banner animat
 - f. Productes per xarxes:
 - Infografia 4:9 (1 slide)
 - Carrousel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos
 - Carrousel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies
 - g. Creació de peces estàtiques per xarxes socials:
 - Post al mur de Facebook
 - Post al mur d'Instagram
 - Post al mur de Twitter
 - Instagram stories



- h. Creació de vídeos
 - Vídeos infogràfics per xarxes socials animats amb música (2 minuts)
 - Vídeo infogràfic per xarxes socials animats amb locució (1 veu) (2 minuts)
 - Vídeo infogràfic per xarxes socials animant en tres idiomes (Cat, Cast, Ang) (2 minuts)
 - Disseny i animació de kyrons
 - Falca de ràdio (inclou gravació i 1 veu Cat)

- 2. Peces de marca:
 - a. Productes d'1 o 2 cares: Targeta protocol·lària, cartell, octaveta, postal, punt de llibre, vinil, etc.
 - b. Productes plegats: Díptic, tríptic, quadríptic i altres desplegable.
 - c. Productes de diverses pàgines: Programa d'activitats o guies.
 - d. Productes digitals estàtics: banner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.
 - e. Productes digitals dinàmics: banner animat
 - f. Productes de gran format: lona (2x), trasera d'actes, roll-up, etc.
 - g. Productes de merchandising: xapa, bossa, samarreta, llibreta, etc.
 - h. Maquetació de presentacions
 - i. Faristol 55x12

- 3. Creativitats específiques per xarxes socials:
 - Infografia 4:9 (1 slide)
 - Carrousel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos
 - Carrousel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies
 - a. Creació de peces estàtiques per xarxes socials:
 - Post al mur de Facebook
 - Post al mur d'Instagram
 - Post al mur de Twitter
 - Instagram stories
 - b. Creació de peces animades per xarxes socials (GIF):
 - Post al mur de Facebook
 - Post al mur d'Instagram
 - Post al mur de Twitter
 - Instagram stories

Els preus unitaris de les peces a dissenyar hauran d'incloure els honoraris d'agència i de tot l'equip implicat.

- **Compra d'imatges i il·lustracions d'arxiu**
 - a. Compra d'imatges
 - b. Compra d'imatges qualitatives
 - c. Compra d'il·lustracions
 - d. Compra d'il·lustracions qualitatives

Els preus unitaris hauran d'incloure les despeses de gestió.



- **Traduccions dels materials**
 - a. Castellà
 - b. Anglès
 - c. Francès
 - d. Italià
 - e. Àrab
 - f. Xinès
 - g. Amazic
 - h. Urdú
 - i. Bengali

Els preus/hora hauran d'incloure les despeses de gestió.

Lliurament i formats del material original:

S'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les peces desenvolupades. Els formats dels màster en obert de les peces poden ser: Indesign (en format .indd), Illustrator (format .ai) o Photoshop (.psd) i en Pdf. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat (tipografies/fonts, o qualsevol altre recurs creatiu per separat).

Creativitat i producció de falques per a la seva difusió a ràdio. Caldrà entregar prèviament el guió de la falca per a la seva aprovació i posteriorment enregistrar-la i lliurar-la en el format que s'especificarà en cada cas. Les falques es lliuraran en un fitxer .mp3.

La forma habitual de lliurament dels fitxers que continguin els materials es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius.

Termini de lliurament del material original:

El termini màxim de lliurament serà:

Conceptualització, creativitat i producció d'originals	Termini màxim
Definició de la idea, conceptualització i creativitat dels espots/vídeos de la campanya	10 dies hàbils
Definició de la idea, conceptualització i creativitat de les falques de la campanya	12 dies hàbils
Definició de la idea, conceptualització, creativitat i producció d'originals de gràfica amb imatges d'arxiu o il·lustracions	12 dies hàbils
Definició de la idea, conceptualització, creativitat i producció d'originals de gràfica amb suport fotogràfic original	5 dies hàbils
Definició de la idea, conceptualització, creativitat i producció d'originals de gràfica amb suport d'il·lustració original	5 dies hàbils
Adaptació de la gràfica original a nous missatges	2 dies hàbils
Definició de la idea, conceptualització, creativitat i producció d'originals de les peces per al mitjà digital (baners publicitaris estàtics i/o dinàmics/animats i baners per inserció a web corporativa o altres suports de difusió)	5 dies hàbils



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Interior
i Seguretat Pública**

Gabinet de la Consellera
Oficina de Comunicació

Definició de la idea, conceptualització, creativitats i producció d'originals específics per xarxes socials	5 dies hàbils
Adaptació de la creativitat digital a nous missatges	2 dies hàbils
Diagnòstic i conceptualització d'imatge de marca i elaboració de llibres d'estil	5 dies hàbils
Disseny gràfic de peces de marca (en base a llibre d'estil)	5 dies hàbils

Producció i adaptació de peces gràfiques	Termini màxim
Adaptació de la creativitat original a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès	2 dies hàbils
Adaptació de la creativitat original dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles, etc.) per a la seva inserció al mitjà exterior	3 dies hàbils
Adaptació de la creativitat original dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials, etc.) per a la seva inserció al mitjà	3 dies hàbils
Producció i adaptació de productes d'1 o 2 cares: targeta protocol·lària, cartell, octaveta, postal, punt de llibre, vinil, plantilla, etc	2 dies hàbils
Producció i adaptació de productes plegats: Carpeta, díptic, tríptic, quadríptic i altres desplegable	3 dies hàbils
Productes de diverses pàgines: Programa d'activitats o guies.	4 dies hàbils
Adaptació de la creativitat original a diferents mides display en format estàtic (robaplanes doble, megabaner, sky, baner capçalera o destacats web, capçalera de mailing, etc) per a la seva inserció al mitjà digital o la pàgina web corporativa	2 dies hàbils
Adaptació de la creativitat original a diferents mides display en format dinàmic (robaplanes doble, megabaner, sky, baner capçalera o destacats web, capçalera de mailing, etc) per a la seva inserció al mitjà digital o la pàgina web corporativa	3 dies hàbils
Producció i adaptació de productes de gran format: lona (2x), fotoreclam, roll-up, photocall, dispensador de producte	3 dies hàbils
Producció i adaptació de productes de marxandatge: xapa, bossa, samarreta, llibreta, cordons sabata, lanyard, adhesius, tasses	3 dies hàbils
Maquetació de presentacions	2 dies hàbils

Producció i adaptació de peces gràfiques	Termini màxim
Adaptació de la creativitat original a diferents formats i mides display (robaplanes doble, megabaner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà digital	2 dies hàbils
Adaptació de la creativitat original a formats i mides especials (brand day, animació multimèdia, vídeo, etc.) per a la seva inserció al mitjà digital	3 dies hàbils
Producció i adaptació de peces estàtiques per xarxes socials: post al mur d'Instagram, post al mur de Twitter, Instagram stories i Instagram highligh	2 dies hàbils
Producció i adaptació de peces animades per xarxes socials (GIF): post al mur d'Instagram, post al mur de Twitter, Instagram stories i Instagram reel	2 dies hàbils
Infografia 4:9 (1 slide)	1 dia hàbil
Carrousel informatiu 4:9 (10 slides): fotos + textos	1 dia hàbil



Carrousel infogràfic 4:9 (10 slides): fotos + textos + infografies	1 dia hàbil
--	-------------

Producció i adaptació audiovisual	Termini màxim
<i>Vídeo infogràfic animat (locutat i amb música) per la difusió en diferents formats en màxim 2 llengües cooficials</i>	4 dies hàbils
Vídeo amb imatges d'arxiu (locutat i amb música) per la difusió en diferents formats en màxim 2 llengües cooficials	4 dies hàbils
Preproducció, rodatge, postproducció d'espot original de campanya amb càsting de més de 3 actors i actrius amb caixet, permisos, producció o compra d'il·lustracions i música per la difusió en diferents formats, en llengües cooficials, drets	4 dies hàbils
Preproducció, rodatge, postproducció d'espot original de campanya amb càsting limitat a 3 actors o actrius, permisos, producció o compra d'il·lustracions i música per la difusió en diferents formats, en llengües cooficials, drets	4 dies hàbils
Subtitulació a altra llengua que no està per defecte al vídeo	3 dies hàbils
Disseny i animació de chyrons	4 dies hàbils
Adaptació del vídeo original a càpsules reduïdes	4 dies hàbils
Adaptació d'un vídeo animat a un altre idioma	10 dies hàbils
Producció d'una falca amb 1 veu en llengües cooficials	4 dies hàbils
Per 1 veu addicional en la locució de les falques	10 dies hàbils
Interpretació d'un vídeo a llengua de signes catalana (LSC)	2 dies hàbils

Compra d'imatges	Termini màxim
Compra d'imatges sense producció	1 dia hàbil
Compra d'imatges qualitatives sense producció	1 dia hàbil
Compra d'il·lustracions sense producció	1 dia hàbil
Compra d'il·lustracions qualitatives sense producció	1 dia hàbil

Traduccions	Termini màxim
Traducció i correcció a aranès, gallec, eusquera, anglès, francès, alemany, italià, portuguès, àrab, xinès, amazic, romanès, rus, urdú, bengalí	4 dies hàbils

- Adaptacions

Producció d'adaptacions de la creativitat dels anuncis de campanyes institucionals a diferents formats i mides per a la seva inserció en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, mitjà imprès, exterior i mitjà digital.

El Departament realitzarà la corresponent comanda i facilitarà un llistat amb les especificacions de formats i mides de cadascun dels suports a on s'inserirà l'anunci.

Els serveis a prestar es concreten en:



- Adaptació dels anuncis a diferents formats i mides que s'especifiquen en cada cas per a la seva inserció al mitjà imprès, els possibles formats seran:
 - Plana
 - Mitja plana
 - ¼ plana
 - Faldó
 - Doble plana
 - I d'altres que determini i pla de mitjans

Per a cada campanya i/o acció de comunicació facilitarem els màsters en obert dels anuncis i un llistat amb les especificacions de formats i mides de cadascun dels suports a on s'inserirà l'anunci. També s'informarà del timing màxim d'entrega.

- Adaptació dels anuncis a diferents formats i mides que s'especifiquen en cada cas per a la seva inserció al mitjà exterior, els possibles formats seran:

Formats estàndard:

- Opi
- Opi digital
- Marquesina
- Lateral bus
- Darrera bus
- Cartells
- Tanques
- Banderoles
- I d'altres que determini el pla de mitjans

Formats especials:

- Integral bus
- Vagó integral metro o tramvia
- Laterals de vagó de metro o tramvia
- Corpori
- Torreta
- I d'altres que determini el pla de mitjans

Per realitzar les adaptacions per als autobusos i d'altres formats especials l'empresa que gestiona el pla de mitjans facilitarà les corresponents plantilles sobre les quals s'haurà d'aplicar la creativitat.

- Adaptació dels anuncis a diferents formats i mides, d'acord amb les especificacions tècniques que es requereixin en cada cas, per a la seva inserció al mitjà internet, els possibles formats seran:

Formats estàndard:

- Baner gif/display (robaplanes, doble robaplanes, megabaner, sky, etc.)



- Baner imatge principal
- Baners pels canals propis
- I d'altres que determini el pla de mitjans

Formats especials:

- *Brand day* (inclou totes les peces)
- Animació multimèdia
- Vídeo gràfic
- I d'altres que determini el pla de mitjans

Format per xarxes socials:

Adaptació dels anuncis a diferents formats i mides, d'acord amb les especificacions tècniques que es requereixen en cada cas, per a la seva inserció al mitjà internet, els possibles formats seran:

- Post al mur de Facebook
- Post al mur d'Instagram
- Post al mur de Twitter
- Instagram stories
- Instagram Reel
- Youtube True view
- Youtube bumper ads
- Post a Tik Tok

Lliurament i format dels materials d'adaptacions:

Els formats habituals d'entrega de les adaptacions per a la inserció a les xarxes socials son: .gif, .png, .jpg, .html5 i en el cas dels vídeos i les animacions: .mp4, .flv, .avi, .mpeg o d'altres.

La forma habitual de lliurament dels fitxers que continguin les adaptacions 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.

En el cas d'internet es pot requerir la pujada dels materials a servidors de publicitat on-line.

Termini de lliurament:

El termini màxim de lliurament de les adaptacions corresponent a una mateixa sèrie/acció serà de 48 hores des de la data de realització de la comanda.



4. ESPECIFICACIONS DEL SERVEI

- a. 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.
- b. L'empresa adjudicatària designarà un interlocutor únic responsable de la coordinació amb l'oficina de comunicació del Departament d'Interior.
- c. Un cop s'hagi adjudicat aquest contracte, si l'Oficina de Comunicació considera que una o varies persones responsables de desenvolupar-lo no encaixen en l'equip de treball o no tenen prou coneixements per desenvolupar el servei, n'informarà a l'adjudicatari. En aquest supòsit, tot i respectant la potestat directiva i organitzacional que l'empresari té del seu personal, sens perjudici de l'obligació d'aquest de complir el contracte d'acord amb el contingut dels plecs, s'haurà de trobar una solució adequada.
- d. L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català. Específicament, l'empresa contractista ha de redactar en llengua catalana la documentació del projecte que s'obtingui com a resultat de la realització dels treballs segons les determinacions del plec de prescripcions tècniques particulars.
- e. Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei, tant sigui català com altres llengües encomanades. Així doncs es farà càrrec de la correcció lingüística i totes les traduccions i revisions necessaris, que es detallen al brífig. El contractista ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. 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. L'administració podrà demanar l'acreditació en qualsevol moment.
- f. L'adjudicatari estarà disposat en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir el Departament d'Interior o la Direcció General de la Difusió, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so, etc.
- g. El departament podrà efectuar els canvis que considerin oportuns quant als continguts de les peces publicitàries (logotips, dades...), fins a la total aprovació de les peces finals.
- h. Les músiques utilitzades hauran d'estar lliures de drets.



- i. Qualsevol peça de vídeo proposada haurà de comptar amb la necessitat de subtítols per criteris d'accessibilitat.

5. MITJANS PERSONALS

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 i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització.

L'empresa haurà de disposar, a més, de com a mínim els següents perfils professionals que puguin intervenir en el desenvolupament del projecte amb una experiència mínima d'haver efectuat un treball de naturalesa similar a l'objecte de contracte. En cas de que l'administració li requereixi l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar que disposa d'aquests mitjans personals amb l'experiència mínima requerida.

- 1 Director/a del compte
- 1 Dissenyador/a gràfic/a
- 1 Director/a Creatiu/va.
- 1 Director/a d'Art i Copy, responsables de les creativitats de les peces i del seu contingut.

Caldrà que l'empresa disposi d'un Representant de l'empresa contractista davant del Departament i direcció tècnica.

Les empreses licitadores, hauran de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant el Departament, expressant el nom i cognoms, i el correu electrònic, telèfons fix i/o mòbil de l'empresa.

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

Com a representant de l'empresa contractista davant el Departament i com a director/a tècnic, 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 el Departament sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte.

6. PROPIETAT DELS TREBALLS ELABORATS PER L'EMPRESA CONTRACTISTA

El o la contractista cedirà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució,



comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que l'Administració de la Generalitat de Catalunya, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui registrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a l'Administració de la Generalitat també en exclusiva, sense límit de temps i per l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que composi la campanya, el contractista haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre (veu, nom o d'altres) per un període de durada del contracte, per tal que l'Administració de la Generalitat, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les per l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat.

A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

D'altra banda, i per al cas que es vulgui seguir utilitzant la campanya, el contractista es compromet a facilitar les dades professionals dels models emprats en la campanya prèvia autorització dels interessats, per poder acordar amb l'agència i/o persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si l'Administració de la Generalitat de Catalunya detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques.

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'Administració de la Generalitat de Catalunya pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

L'empresa adjudicatària garantirà que els treballs i serveis prestats a la Generalitat de Catalunya objecte del contracte no infringeixen ni vulneren els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altre dret legal o contractual de tercers, quedant la Generalitat indemne de qualsevol responsabilitat. **CLÀUSULES AMBIENTALS**



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Interior
i Seguretat Pública**

Gabinet de la Consellera
Oficina de Comunicació

L'empresa adjudicatària farà el lliurament de documents preferentment en format electrònic. En cas de ser necessari realitzar alguna impressió serà preferentment en paper 100% reciclat i amb un procés de fabricació lliure de clor, i a doble cara.

Signat digitalment a Barcelona

Carles Mestres March
Cap de l'Oficina de Comunicació



Brifing campanya de comunicació sobre nous riscos en l'àmbit de la seguretat i les emergències a Catalunya

1. Introducció: coresponsabilitat, l'autoprotecció com a cultura de la prevenció i més confiança en els cossos operatius per fer front als nous riscos.

- La societat catalana es troba immersa en **nous riscos creixents** relacionats amb la seguretat i les emergències; el canvi climàtic, els fenòmens extrems, l'augment de la complexitat de les emergències, que comprometen la protecció col·lectiva. Aquests fenòmens exigeixen **una nova cultura de prevenció i d'autoprotecció**, on ciutadania i institucions comparteixen responsabilitats.
- La seguretat no és només una responsabilitat institucional o dels cossos de seguretat i emergències. És un **bé comú**, i com a tal, es construeix i es protegeix entre totes i tots: institucions i ciutadania. Aquest principi de coresponsabilitat implica reconèixer que les decisions, actituds i comportaments individuals i col·lectius tenen un impacte directe sobre la seguretat i la convivència de l'entorn i de tothom.
- Tot ens diu que cal estar preparats. Però **preparar-se no és viure amb por; és viure amb consciència**. En aquesta línia, la voluntat és de garantir una resposta justa i equitativa a tota la ciutadania, visqui on visqui. Per aquest motiu, **cal conscienciar la població** sobre aquests nous riscos i fomentar una nova cultura de l'autoprotecció, basada en l'aprenentatge i la col·laboració mútua davant una emergència.

Els cossos de seguretat i emergències (Mossos d'Esquadra, Bombers, Agents Rurals, Protecció Civil i Policia Local), són una peça clau en la protecció de la ciutadania. A més de ser operatius i eficaços, són serveis públics essencials, arrelats al territori i al costat de les persones.

Construir confiança implica humanitzar la seva tasca, fer-la visible i enfortir la percepció de proximitat i utilitat. El seu compromís no és només operatiu, sinó social.

Reforçar la seva legitimitat social vol dir reconèixer la seva feina, apropar-los a la ciutadania, trencar prejudicis i fer-los partícips de la cultura de la prevenció.

Davant d'aquest context, és necessari elaborar una nova estratègia comunicativa amb noves accions estratègiques amb l'objectiu de fer arribar uns missatges que donin respostes i solucions concretes als diferents públics i, sobretot a la ciutadania, davant aquests reptes de futur.



2. Objectius de la campanya

2.1. Objectiu principal

Impulsar una cultura d'autoprotecció i coresponsabilitat explicant les mesures de protecció davant els nous riscos de seguretat i emergències.

2.2. Objectius específics

- Explicar els nous riscos i les mesures de protecció associades.
- Empoderar la ciutadania perquè entengui que té un paper actiu en la seva seguretat i la del seu entorn.
- Visibilitzar i promoure bones pràctiques de prevenció i autoprotecció.
- Reforçar la percepció de proximitat i utilitat dels cossos operatius.
- Generar confiança i reforçar la credibilitat en la resposta de l'administració pública en cas d'emergència.

3. Públic objectiu

Seguint el principi que la seguretat és de tothom i que és una construcció col·lectiva entre institucions i ciutadania, el públic objectiu principal de la campanya és el conjunt de la ciutadania de Catalunya.

Tanmateix, per maximitzar l'eficàcia dels missatges i adequar-los als diferents públics, es segmentarà els missatges i continguts segons l'audiència a la que es vulgui arribar. Aquesta segmentació permetrà **fer arribar la informació adequada a qui la necessita, en el mitjà i format més efectiu**, afavorint així una cultura preventiva transversal, propera i útil per a tothom.

4. To i estil de la campanya

- Ha de tenir elements d'impacte que ens garanteixin una alta notorietat i facilitin el record.
- Cal una campanya imaginativa i creativa que sorprengui, que no deixi indiferent
- Cal una campanya que inciti a una presa d'actituds.
- Qualsevol de nosaltres es podria trobar en una situació de risc, el risc 0 no existeix.
- Cal buscar i treballar un codi de comunicació basat en l'empatia.



- Caldrà estudiar i analitzar l'estil i el to destinat als diferents col·lectius, però si que es detecta que s'ha de treballar l'estratègia tenint en compte molta presencialitat física de la campanya i analògica.
- Integració i coherència entre la imatge audiovisual i la imatge gràfica..
- La campanya ha d'excloure qualsevol contingut que fomenti la discriminació de gènere, origen i pertinença cultural, salut física i mental, edat o condició econòmica o social.

5. Estratègies de comunicació i campanya de sensibilització

5.1. Conceptualització i creació de la campanya

Conceptualització, creativitat, disseny, realització, gestió i seguiment del projecte d'una campanya de sensibilització i **estratègia de comunicació** per fomentar les mesures d'autoprotecció davant els nous riscos de seguretat i emergències.

- Idea creativa i definició d'estratègia comunicativa, canals de difusió i editorial pla de xarxes socials (inclosos els còpys) per captar l'atenció de la població de forma impactant i amena a mitjans de comunicació tradicionals i a xarxes socials
- Creació i disseny de la grafia i la imatge
- Creació d'un eslògan/títol per identificar la campanya
- Creació de continguts i missatges
- Adaptacions als diferents canals (paper, ràdio, publicitat exterior i àmbit digital)
- Creació de vídeos informatius infogràfics
- Creació d'una senyalització

Incorporació i adaptació del grafisme i imatge del Departament d'Interior i Seguretat Pública.

5.2. Descripció de peces publicitàries de la campanya

Spot televisiu: els serveis a prestar són els següents:

- Conceptualització i creativitat spot de nivell de complexitat alt
- Definició del guió gràfic degudament desenvolupat, l'escaleta i la identificació dels elements que intervenen en l'spot i el guió per la locució
- Elecció del càsting, localitzacions, etc.
- Definició del pla de rodatge.
- Gestió dels permisos en cas que es necessitin.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions, vídeos i música i pagament dels seus drets.
- Gravació dels vídeos o muntatges de les imatges d'arxiu o animació de les il·lustracions.
- Enregistrament de la locució en català i en aranès. – Subtítols en català.
- Edició, producció i postproducció dels vídeos per a la seva difusió a televisió i les adaptacions pertinents per a internet i xarxes socials.
- Intèrpret de llenguatge de signes en català.



Vídeos

Realització de curts vídeos amb experts (reconegut meteoròleg, un expert docent en el risc d'inundacions, un alcalde que hagi patit un episodi de pluges, algun membre del cos de bombers que hagi participat en rescat d'una persona atrapada en un vehicle per l'aigua, etc).

Falques de ràdio:

Conceptualització, creativitat i producció d'3 falques de ràdio, per l'emissió en Caldrà presentar una proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (1/2 pàgina). 30 adaptacions de l'anunci a les mides dels suports de premsa que es requeriran d'acord amb el llistat que facilitarà l'empresa que gestioni el pla de mitjans.

Redaccionals: Creació de 3 redaccionals de 700 paraules màxim amb la informació de la campanya, amb tres àmbits temàtics diferents.

Anuncis internet: creació i producció

Creativitat i producció de l'anunci per als mitjans digitals. Caldrà presentar una proposta de l'anunci per a una campanya display (megabaner, robaplanes,...) i una proposta de format especial (brand day o animació multimèdia). Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci. Caldrà produir totes les versions a utilitzar per a l'estratègia de comunicació online facilitant els formats necessaris per tal que les peces o vídeos (baners, robaplanes, pre-rolls, brand days, roba-vídeo i àudio,...) compleixin els requisits i les especificacions òptimes que requereixin els diferents suports de campanya.

30 adaptacions de l'anunci a les mides i requisits tècnics dels suports digitals que es requeriran d'acord amb el llistat que facilitarà l'empresa que gestioni el pla de mitjans.

Publicitat exterior

Creació i producció de l'anunci per a l'exterior (opis i marquesines i autobusos) i adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard per a la seva inserció al mitjà exterior.

Continguts digitals

Creació de suports per la comunicació o publicitat digital (vídeo infogràfic, baners display estàtics i animats, formats richmedia i anuncis per a xarxes socials)

Infografies: creació, disseny i producció

- Diverses tipologies (10 models)
- Mides: adaptacions per a xarxes socials (twitter, facebook, instagram i tiktok)

Adaptacions per les principals xarxes socials: (Twitter, Facebook, Instagram i tiktok). Es prioritzaran els formats 1:1 i vertical.

Vídeos infogràfics a format per xarxes socials.

- Vídeo infogràfic animat (locutat i amb música)
- Vídeo amb imatges d'arxiu (locutat i amb música)
- Vídeo infogràfic animats en tres idiomes (Cat, Cast, Ang)

Mitjà exterior

- Formats verticals (opi, banderola, ...)
- Formats horitzontals (lateral autobús, integral autobús/tramvia, tanca, ...)



Senyalització de zones de risc: creació d'una senyalització vertical i horitzontal per advertir a la ciutadania la prohibició del pas en camins i vies que travessen rius, rieres i torrents, passos soterranis, rambles, ponts, passarel·les.

Cartelleria i altres materials entregables: disseny i producció

Cartells: creació i disseny:

- 2 models
- Idioma: català / castellà / aranès
- Inclou correccions i traduccions

Fullet: creació i disseny:

- 2 models
- Mida: A6, 2 cares
- Idiomes: català, castellà, anglès, aranès
- Inclou correccions i traduccions

Guia destinada educació del lleure: creació i disseny:

- 1 model diferents
- 6/7 pàgines per guia
- Idiomes: català
- Inclou correccions i traduccions

En tots els materials caldrà:

- Màster del originals
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.

Suport els ens locals: realització i adaptació del material divulgatiu per tal de posar-lo a disposició dels ens locals, a fi que puguin incloure alguna informació pròpia i el logo municipal.

En aquest sentit, les adaptacions que caldrà elaborar són les següents:

- Cartell i fullet
- Materials digitals (xarxes socials): infografies i adaptacions a les diferents xarxes socials).
- Mitjans externs: banderoles, opi, formats per autobús.