



Plec de prescripcions tècniques per a la contractació administrativa per procediment obert simplificat dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional per a la sensibilització de la importància de la correcta gestió de la prevenció de riscos laborals a les empreses.

Expedient número: EMO-2026-350

1. Objecte del contracte

L'objecte d'aquesta contractació és el servei per a la creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional per a la sensibilització de la importància de la correcta gestió de la prevenció de riscos laborals a les empreses.

2. Contingut dels serveis a prestar

La Secretaria de Treball impulsa el *Pla de xoc contra la Sinistralitat Laboral de Catalunya* per tal de **reduir els índex d'accidentalitat i millorar les condicions de salut i seguretat laboral; per tant** les empreses contractistes hauran de realitzar els serveis de creativitat, conceptualització, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional amb els objectius següents:

1. Conscienciar de les importants xifres de sinistralitat laboral a Catalunya amb l'objectiu final de reduir-les.
2. Fomentar el treball segur i saludable.
3. Recordar a les empreses la seva responsabilitat legal davant la seguretat i salut laboral.
4. Sensibilitzar a tota la societat de la rellevància de la cultura preventiva, ja que hem d'anar més enllà de l'estricta compliment legal.
5. En definitiva, millorar les condicions de treball a Catalunya i aconseguir un món laboral competitiu, excel·lent i que garanteixi la qualitat de vida de les persones.

S'adjunta brífing annex amb les característiques tècniques del servei.

La campanya inclou els materials descrits al punt 6 del brífing annex que detalla les peces que caldrà produir.

3. Condicions i terminis de lliurament dels materials

L'empresa contractista lliurarà el material que la DGRLTASSL consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 30 dies naturals des de la formalització del contracte.

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans, el lliurament es realitzarà a través dels següents canals:

- Espots: es farà mitjançant la pujada a la plataforma de distribució digital d'arxius publicitaris "Adstream". També es podria entregar els màsters a les diferents



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 1 de 17

cadena via correu electrònic, via suport digital o ftp's pròpies de cadascuna sempre que els terminis ho permetin.

- Falques i fitxers que continguin les adaptacions dels anuncis (premsa escrita, mitjà exterior i mitjans digitals): 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.
- Baners per als mitjans digitals: es pot requerir la pujada dels materials a servidors de publicitat on-line.

Un cop iniciada la difusió de la campanya, la Direcció General de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral (DGRLTASSL), pot requerir noves peces i adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins esgotar el nombre total de peces creatives i adaptacions que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada.

El termini màxim de lliurament de materials addicionals de campanya serà de 5 dies naturals des de la seva de la petició.

El termini màxim de lliurament de les adaptacions serà de 10 hores des de la seva petició.

Pel que fa als drets de les fotografies i d'imatges dels actors/locutors han d'estar pagats pel contractista durant 3 anys a comptar des del lliurament dels materials. El mateix per la música, si és el cas.

4. Obligacions específiques del contractista

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 contractats correspondrà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització.

Representant de l'empresa contractista davant de la DGRLTASSL

L'empresa contractista, un cop formalitzat el contracte, haurà de fer constar la persona que serà la responsable de l'empresa davant la DGRLTASSL, expressant el nom i cognoms, i el correu electrònic i telèfons fix i/o mòbil de l'empresa.

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

Com a representant de l'empresa contractista davant la DGRLTASSL i com a director/a tècnic/a, 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 la DGRLTASSL sol·liciti a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte, a més de la coordinació tècnica dels treballs que són objecte d'aquest contracte conjuntament amb la persona responsable d'imatge corporativa/ Programa d'identificació visual del departament d'Empresa i Treball.



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 2 de 17



Equip tècnic participant en el contracte

Pel que fa al personal tècnic, participant en el contracte, l'equip mínim per a la realització de la prestació del servei ha de ser el següent:

- Director/a creatiu/va i de producció digital, audiovisual i gràfica, les funcions del/a qual seran participar en la definició de la conceptualització de tota la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució, assistint també als rodatges de la campanya. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant la Direcció General de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral.
- Director/a d'Art i Copy, depenent del director creatiu, serà el responsable de la conceptualització i creativitat de la campanya, i del seu contingut i del control de la qualitat en la seva execució i producció dels diferents suports de comunicació que la integraran.
- Supervisor/a de comptes, que haurà de coordinar-se amb els responsables de comunicació i difusió de la Generalitat i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Redactor/Copy Junior, serà l'encarregat de la redacció dels textos dels diferents materials de la campanya. (nivell 4 del Conveni col·lectiu Estatal per agències de publicitat)
- Dissenyador/a gràfic, actuarà com a suport creatiu i disseny de les peces gràfiques de la campanya

El contractista ha de garantir la continuïtat del contracte durant tota la seva vigència, per tant, en cas que es produeixi alguna baixa temporal o sobrevinguda, s'haurà de substituir per una altra que compleixi amb els requisits de solvència tècnica i professional establerts en els plecs i el mateix perfil professional.

Forma de pagament:

Es realitzarà mitjançant una factura final o amb factures parcials corresponents als diferents conceptes i productes, a mesura que es vagin executant, prèvia certificació de la correcta execució dels treballs encomanats una vegada finalitzada la tasca.

La directora general de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 3 de 17

Annex- Brífling per a la creativitat i producció d'una campanya de publicitat per a la prevenció de riscos laborals

1. Antecedents i context
2. Justificació d'una nova campanya
3. Objectius i missatge de la campanya
4. Públic objectiu
5. To i estil de la campanya
6. Formats i canals
7. Perspectiva de gènere
8. Elements de comunicació
9. Calendari
10. Requeriments

1. Antecedents i context

La prevenció de riscos laborals és una de les prioritats del Departament d'Empresa i Treball, ja que la seguretat i la salut de les persones treballadores és fonamental per assolir una societat digna i segura. En aquest sentit, tothom, des de les diferents vessants, ha d'articular els esforços necessaris i prendre les decisions adequades per tal de disminuir els accidents laborals i impulsar i crear una cultura preventiva a les empreses.

Des del 2004, el Departament ha difós diverses campanyes de publicitat sota la marca "A la feina, cap risc":

- Campanya "A la feina, cap risc" (2004):
- Campanya " Un accident laboral es comença a evitar molt abans que es produeixi (2006) ": <https://www.youtube.com/watch?v=UKc8CgviWEs>
- Campanya " Els accidents no avisen" (2007): <https://www.youtube.com/watch?v=-ZH2j58bE8I>
- Acció especial a l'estació de Plaça .Espanya coincidint amb la fira Construmat (2007): <https://www.youtube.com/watch?v=8PPYFU2Cx3c>
- Campanya " Els accidents laborals es prevenen o es lamenten" (2008 i 2009): <https://www.youtube.com/watch?v=w5eye1WZpss>
- Càpsules informatives per a TV i internet (2010): https://youtu.be/T16bco_2mzo; <https://youtu.be/kIR8NLKpWUM>; https://youtu.be/_4g9_8b5Qg0
- Vídeo viral per internet (2010): https://youtu.be/_K_ZRtgari0
- Campanya per la prevenció de riscos per a joves (2018): https://treball.gencat.cat/ca/ambits/seguretat_i_salut_laboral/promocio_i_campanyes/sensibilitzacio/campanya-joves/
- Campanya "Preparats, previnguts, segurs" (2022): https://treball.gencat.cat/ca/ambits/seguretat_i_salut_laboral/promocio_i_campanyes/sensibilitzacio/contra-sinistralitat-laboral/



Doc.original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 4 de 17

2. Justificació d'una nova campanya

El juny del 2021 es va aprovar l'Estratègia catalana de seguretat i salut laboral 2021-2026 (ECSSL 2021-2026). Aquesta s'ha elaborat i pactat en l'àmbit de la Comissió de Seguretat i Salut Laboral del Consell de Relacions Laborals de Catalunya, com a òrgan de representació social de l'àmbit laboral a Catalunya, on estan representats l'Administració de la Generalitat, les patronals i els sindicats més representatius.

L'ECSSL 2021-2026, que té com a antecedent immediat el Marc Estratègic Català de Seguretat i Salut Laboral 2015-2020, és coherent amb:

- l'Estratègia Espanyola de Seguretat i Salut en el Treball,
- l'Estratègia Europea de Seguretat i Salut en el Treball i,
- l'Agenda 2030 i els seus Objectius de desenvolupament sostenible (ODS), en aquells aspectes que s'hi relacionen.

L'ECSSL 2021-2026 estableix nou objectius estratègics i quaranta objectius operatius (i un de transversal, la perspectiva de gènere) per promocionar la salut al lloc de treball, millorar qualitativament la seguretat i la prevenció de riscos laborals i reduir dràsticament la sinistralitat a la feina.

Per donar compliment als objectius de l'ECSSL, la Direcció General de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral del Departament d'Empresa i Treball vol impulsar una nova campanya de publicitat amb l'objectiu de promocionar la cultura preventiva als centres de treball.

2.1. Resum dades de sinistralitat 2025 i evolució darrers anys:

L'any 2025 es van comptabilitzar 95.130 accidents en jornada de treball amb baixa, que representen una disminució del 0,38% respecte a l'any anterior. Si ens fixem en la gravetat, tant els accidents lleus com els greus disminueixen (un 0,40 i 0,36%, respectivament), però els accidents mortals augmenten un 26,87% respecte al 2024.

Si ens fixem en la tipologia d'accidents, els accidents mortals traumàtics augmenten fins a un 69,23%, i els no traumàtics augmenten un 16,67%.

Accidents de treball amb baixa segons tipologia i gravetat (2025):

		2025			
		Lleus	Greus	Mortals	TOTAL
En jornada	Traumàtics	91.099	451	44	91.594
	No traumàtics	162	59	35	256
	Relacionats amb el trànsit	3.223	51	6	3.280
	TOTAL	94.484	561	85	95.130
In itinere	TOTAL	20.494	204	24	20.722
TOTAL		114.978	765	109	115.852



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 5 de 17

Variació dels accidents de treball amb baixa segons tipologia i gravetat (2024-2025):

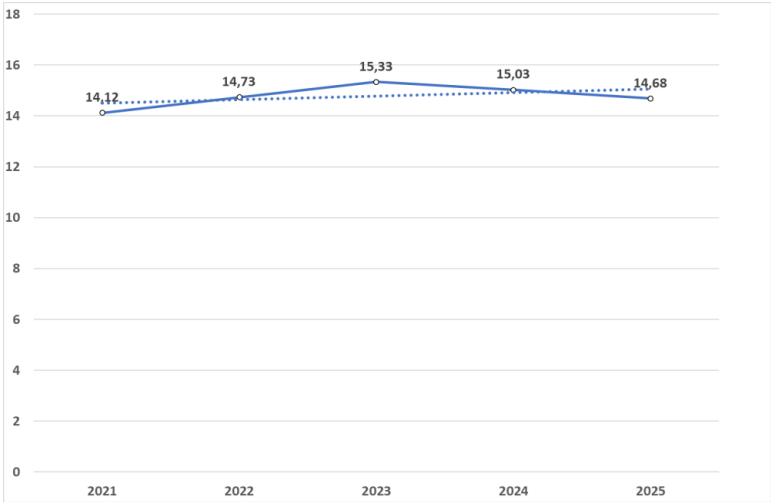
		Variació 2024-2025			
		Lleus	Greus	Mortals	TOTAL
En jornada	Traumàtics	-0,27%	0,89%	69,23%	-0,25%
	No traumàtics	40,87%	-1,67%	16,67%	24,88%
	Relacionats amb el trànsit	-5,26%	-8,93%	-45,45%	-5,45%
	TOTAL	-0,40%	-0,36%	26,87%	-0,38%
In itinere	TOTAL	4,80%	-8,11%	9,09%	4,66%
TOTAL		0,49%	-2,55%	22,47%	0,48%

2.2. Evolució dels índex incidència en els darrers 5 anys:

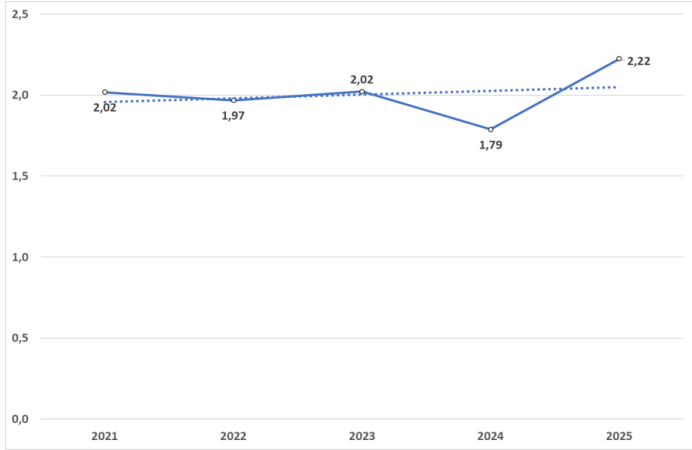
L'índex d'incidència dels accidents laborals lleus NO està inclòs en aquest document perquè la campanya va dirigida als accidents greus i mortals. Com que els accidents lleus són el volum més gran d'accidents, segueix la mateixa tendència que l'índex d'incidència global dels accidents.

Evolució dels índex d'incidència d'accidents en jornada de treball amb baixa GREUS (2021-2025):

Pel que fa als accidents greus, si que s'observa una lleugera tendència a l'alça, tot i que l'índex de 2025 és el 2n més baix dels darrers 5 anys.

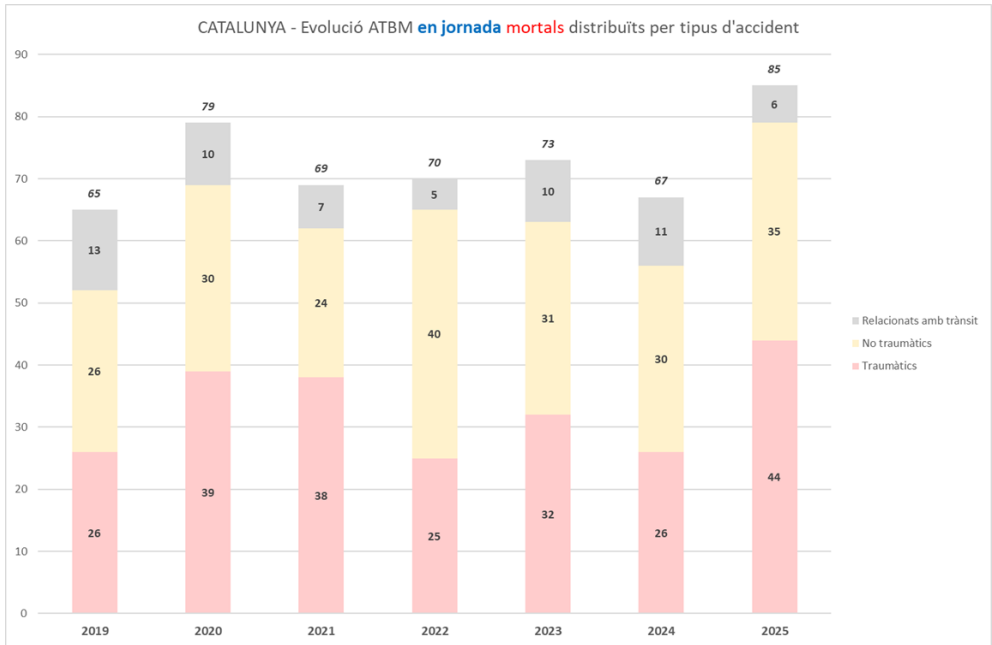


Evolució dels índex d'incidència d'accidents en jornada de treball MORTALS (2021-2025):



L'índex d'incidència dels accidents en jornada de treball mortals presenta el valor més elevat dels darrers 5 anys.

L'any 2025 és l'any amb més accidents mortals dels darrers 7 anys. Si mirem per tipologia d'accidents, hi ha hagut **44 accidents traumàtics** que també és la xifra més elevada de tot el període.



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 7 de 17

2.3. Caracterització accidents totals en jornada amb baixa (N=95.150):

- 2 de cada 3 accidents els pateixen els homes
- La franja d'edat més freqüent és de 45 a 54 anys
- Vora el 50% dels accidents els pateixen persones amb més de 2 anys d'antiguitat a l'empresa.
- Un 95% treballadors/ores per compte d'altri i majoritàriament amb contracte indefinit (83,5%)
- Es reparteixen bastant uniformement per mida d'empresa
- **Ocupacions** més freqüents:
 - 29,9% Ocupacions elementals
 - 22,2% Artesans/treballadors qualificats indústries manufactureres i construcció (excepte operadors d'instal·lacions i màquines
 - 21,0% Treballadors dels serveis de restauració, personals, protecció i venedors
- **Sectors:**
 - 63,7% Serveis
 - 21,6% Indústria
 - 12,7% Construcció
 - 2% Agricultura
- **Divisió activitat econòmica** (CCAE-09 a 2 dígits):
 - 7,7% Activitats especialitzades de la construcció
 - 6,2% Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes
 - 6,0% Serveis de menjar i begudes
- **Forma de contacte:**
 - 27,5% Sobreesforç físic, trauma psíquic, exposició a radiacions, soroll, llum o pressió
 - 26,4% Aixafament sobre o contra un objecte immòbil (el treballador està en moviment vertical o horitzontal) → caigudes al mateix o diferent nivell
 - 22,4% Xoc o cop, col·lisió, contra un objecte en moviment → per exemple atropellaments i cops amb vehicles o màquines

Lleus 94.484 / Greus 564 / Mortals 85

2.4. Caracterització accidents traumàtics greus (N=451):

- 82% dels accidents els pateixen els homes
- La franja d'edat més freqüent és de 45 a 54 anys (36,8%)
- Més del 50% dels accidents els pateix gent amb més de 2 anys d'antiguitat
- Un 80,5% treballadors/ores per compte d'altri i majoritàriament amb contracte indefinit (72,1%)
- Un 40% en microempreses (menys de 10 treballadors/ores)



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 8 de 17

- **Ocupacions més freqüents:**
 - 30,8% Artesans/treballadors qualificats indústries manufactureres i construcció (excepte operadors d'instal·lacions i màquines)
 - 25,3% Ocupacions elementals
- **Sectors:**
 - **47,7% Serveis**
 - **27,1% Construcció** (l'índex d'incidència quadruplica al global de Catalunya)
 - 19,1% Indústria
 - 6,2% Agricultura
- **Divisió activitat econòmica** (CCAIE-09 a 2 dígits):
 - 15,1% Activitats especialitzades de la construcció
 - 10,2% Construcció d'immobles
- **Forma de contacte:**
 - 38,6% Aixafament sobre o contra un objecte immòbil (el treballador està en moviment vertical o horitzontal) → caigudes al mateix o diferent nivell
 - 17,7% Xoc o cop, col·lisió, contra un objecte en moviment → per exemple atropellaments i cops amb vehicles o màquines

2.5. Caracterització accidents traumàtics mortals (N=44):

L'any 2025, hi ha hagut 44 accidents mortals per causes traumàtiques.

- 100% dels accidents els pateixen els homes
- La franja d'edat més freqüent és de més de 55 anys (34,1%)
- Més del 50% dels accidents els pateix gent amb més de 2 anys d'antiguitat
- Un 79,5% treballadors/ores per compte d'altri i majoritàriament amb contracte indefinit (75%). Tot i que si mirem els índex d'incidència d'accidents mortals són semblants els d'autònoms i assalariats.+
- Un 43,2% en microempreses (menys de 10 treballadors/ores)
- **Ocupacions més freqüents:**
 - **50,0%** Artesans/treballadors qualificats indústries manufactureres i construcció (excepte operadors d'instal·lacions i màquines)
 - 22,7% Ocupacions elementals
- **Sectors:**
 - **52,3% Construcció** (l'índex d'incidència quadruplica al global de Catalunya)
 - **27,3% Serveis**
 - 18,2% Indústria
 - 2,3% Agricultura
- **Divisió activitat econòmica** (CCAIE-09 a 2 dígits):
 - 27,3% Activitats especialitzades de la construcció
 - 18,2% Construcció d'immobles



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 9 de 17

• **Forma de contacte:**

- 36,4% Aixafament sobre o contra un objecte immòbil (el treballador està en moviment vertical o horitzontal) → caigudes al mateix o diferent nivell
- 20,5% Contacte amb corrent elèctric, foc, temperatures o substàncies perilloses → electrocucions
- 18,2% Quedar atrapat, ser aixafat, sofrir una amputació → atrapaments material

Accidents mortals més freqüents:

- 17 caigudes d'altura (claraboies, col·lapse estructura, treballs en coberta)
- 12 atrapaments (carretilles, material obra que cau a sobre del treballador/a, tractor,..)
- 5 electrocucions

2.6. Caracterització accidents no traumàtics (N=256):

***És important tenir en compte les consideracions que fem a continuació d'aquestes dades.**

- 80,9% dels accidents els pateixen els homes
- La franja d'edat més freqüent és de més de 55 anys (49,2%)
- Un 68,8% dels accidents els pateix gent amb més de 2 anys d'antiguitat
- Un 95,3% treballadors/ores per compte d'altri i majoritàriament amb contracte indefinit (89,1%).
- Es reparteixen bastant uniformement per mida d'empresa.
- **Ocupacions més freqüents:**
 - 23,8% Operadors d'instal·lacions i màquines i muntadors
 - 22,3% Treballadors dels serveis de restauració, personals, protecció i venedors
- **Sectors:**
 - 71,9% Serveis
 - 18,0% Indústria
 - 9,4% Construcció
 - 0,8% Agricultura
- Divisió **activitat econòmica** (CCAIE-09 a 2 dígit):
 - 12,9% Transport terrestre; transport per canonades
 - 6,6% Activitats especialitzades de la construcció
 - 5,9% Administració pública, Defensa i Seguretat Social obligatòria
- Un 13,7% són mortals (35 accidents mortals no traumàtics el 2025)

Lleus 162 / Greus 59 / Mortals 35



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 10 de 17

2.7. Extracte informes ATNT 2011-2023

Accident de treball no traumàtic (ATNT)

Els accidents de treball no traumàtics són aquells que **s'han produït sense un agent físic extern que provoqui lesions al treballador**. Inclouen infarts, ictus i altres accidents que, encara que no disposen d'un mecanisme de producció extern, poden estar vinculats a les condicions de treball i, en tot cas, tenen la qualificació d'accident laboral quan es produeixen durant la seva realització.

Poden estar relacionats amb causes d'origen laboral i/o amb factors extralaborals.

Malaltia cardiovascular (MCV)

Les malalties cardiovasculars són patologies que afecten el cor i els vasos sanguinis. Les MCV més freqüents són l'infart de miocardi, l'ictus i la hipertensió.

Les MCV són **multifactorials**, i es coneixen molts factors de risc relacionats amb el seu desenvolupament: genètics, de comportament, metabòlics, exposicions ambientals i laborals, entre d'altres. Molts treballadors poden tenir **més d'un factor de risc, tant laborals com extralaborals. No existeixen diferències entre una MCV d'origen exclusivament laboral i una amb factors extralaborals, i per tant no es poden diferenciar.**

3. Objectius i missatge de la campanya

Els **objectius** de comunicació de la campanya són:

- Reduir la sinistralitat laboral, especialment dels accidents greus i mortals i fomentar el treball segur i saludable: conscienciar les persones treballadores que totes les feines, a tots els sectors, presenten riscos que podrien afectar la nostra salut.
- Recordar a les empreses la seva responsabilitat legal davant la seguretat i salut laboral.
- Sensibilitzar a tota la societat de la rellevància de la cultura preventiva, ja que hem d'anar més enllà de l'estricta compliment legal.

En definitiva, millorar les condicions de treball a Catalunya i aconseguir un món laboral competitiu, excel·lent i que garanteixi la qualitat de vida de les persones.

Objectius específics:

- Recordar a les empreses la seva responsabilitat legal i els beneficis de complir la normativa.
- Visualitzar la diversitat de sectors, riscos i col·lectius (gènere, origen, joves).



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 11 de 17

- Conscienciar de les importants xifres de sinistralitat laboral a Catalunya amb l'objectiu final de reduir-les.
- La inversió en prevenció i en la millora de les condicions de treball té beneficis socials, ètics i econòmics (entre d'altres, millora la motivació i la productivitat de les persones treballadores).

Missatge de campanya

El missatge principal de la campanya és que **cada accident laboral, cada persona que perd la vida és un fracàs**. Un treball digne ha de ser segur i saludable. Per tant, la sinistralitat laboral no és acceptable i cal que tots treballem per prevenir els riscos laborals.

Com a missatges secundaris:

- Actualment, la **sinistralitat laboral també es veu afectada per l'increment de situacions meteorològiques adverses**, com les onades calor, les inundacions, les pluges torrencials o les ventades.
- Cal **promoure una cultura preventiva** general, incidint en la responsabilitat de les empreses de complir la normativa així com al conscienciament de les persones treballadores dels riscos que comporten certes ocupacions.
- Avui en dia conviuen els riscos clàssics (caigudes d'altura, electrocucions, atrapaments amb maquinària) amb noves formes d'organització del treball i l'exposició a contaminants i agents que generen nous riscos per a la salut física i psíquica de les persones treballadores.

4. Públic objectiu

- Teixit empresarial, especialment sectors amb alta accidentalitat com ara la construcció o la indústria.
- Persones treballadores i autònoms/es.
- Agents socials, patronals i sindicats.
- Societat en general, amb especial atenció als col·lectius més afectats per la mortalitat i els accidents greus en jornada laboral.

5. To i estil de la campanya

Campanya **impactant, colpidora i creativa**, que desperti consciències i interpel·li a tota la societat, i especialment a les empreses i les persones treballadores. Ha de **mostrar clarament l'impacte negatiu, tant a nivell social com personal, de la sinistralitat laboral**, i situar-la en el debat social.

Encara que volem una campanya contundent, volem defugir d'imatges explícites i **apostar per la subtileza**. Com a referències, volem destacar:



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 12 de 17



- Les campanyes de trànsit de la Generalitat són un bon exemple.
- Campanya de Volvo de "For Life": <https://youtu.be/cQX-QXxwGvA?si=UVJzpelSMWLa07yy>
- Campanya "Dumb Ways to Die" del metro de Melbourne com a art de la seguretat ferroviària: [Dumb Ways to Die](#)
- Campanya de conscienciació de "British Heart Foundation" per ensenyar a la gent com fer una RCP només amb les mans
- Campanya publicitària de conscienciació sobre la protecció solar "La Roche-Posay": [La Roche-Posay - Sun Tickets \(EN\) - YouTube](#)

La campanya ha de tenir un estil gràfic propi que generi notorietat i distinció. Aquest estil serà declinable a les diferents variants d'accidentalitat laboral en funció de cada cas. Aquest estil ha de ser aplicable també per a futures peces creatives que estiguin fora de la campanya, com poden ser per exemple vídeos divulgatius o opuscles.

La campanya mantindrà l'eslògan "A la feina cap risc". (Manual d'identitat visual: https://identitatcorporativa.gencat.cat/web/.content/Documentacio/descarregues/dpt/COLOR/Empresa/manual_caprisc.pdf)

6. Formats i canals

S'haurà de treballar una **campanya multimèdia (TV, ràdio, premsa, digital, cartelleria) i 360° amb capacitat d'integrar accions específiques al llarg de l'any**.

Tot i que l'estratègia i la creativitat proposada per l'agència podran acabar de definir els mitjans de comunicació a utilitzar, la campanya haurà de contemplar suports *online* i *offline*, tant per a mitjans impresos com audiovisuals. En aquest sentit, l'agència haurà de dissenyar i produir els materials que es detallen més avall i que hauran de complir amb les normes d'accessibilitat.

En el cas dels vídeos cal que portin els subtítols en un fitxer separat en format .srt.

Els espots de campanya que es difondran per televisió han d'integrar el llenguatge de signes.

L'estil gràfic propi abans descrit haurà de ser aplicable a futures peces informatives que estaran fora de les creativitats de la campanya.

La campanya ha d'intentar mostrar els principals accidents greus i mortals, referenciant els sectors prioritaris on es produeixen aquests accidents:

- Construcció i instal·ladors: caiguda en altura i atrapaments
- Indústria i serveis: electrocucions
- Hosteleria: pressió del temps, ritme elevat de treball, jornades llargues i canvis d'horari no previstos.
- Sanitari i sociosanitari: Intensitat del treball i càrrega física i emocional.

Els mitjans i materials que es contemplen i cal crear i produir per vehicular i difondre el missatge són:

Mitjans/canals audiovisuals (televisió):



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 13 de 17



Creativitat, producció i realització d'un espot d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons. A partir de la idea creativa, el concepte audiovisual i els elements aprovats i un cop consensuats els detalls de la producció, es realitzarà el rodatge, realització, edició, muntatge i postproducció dels mateixos.

L'espot ha de reflectir diferents casos d'accidentalitat laboral.

Els espots de campanya que es difondran per televisió han d'estar subtitulats i integrar el llenguatge de signes. Caldrà produir tres adaptacions amb subtítols en tres idiomes diferents del català. Aquests idiomes seran el castellà i dos més que decidirà la DGRLTASSL. Cada adaptació inclourà els subtítols en un dels tres idiomes.

Es requerirà, també, l'adaptació del format de l'espot per a la seva difusió als mitjans *online*, en subtítols en català i les altres tres llengües demanades.

Mitjans radiofònics:

Creativitat i producció de dues falques d'una durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons. Han de reflectir diferents casos d'accidentalitat laboral.

Cal plantejar una proposta pensada especialment per aquest suport, allunyant-se de la baixada de l'espot.

Després de revisar i aprovar els guions definitius i les veus de locució es realitzarà l'enregistrament i postproducció de les falques.

Mitjans impresos:

Creativitat i producció de 3 anuncis gràfics per a la premsa escrita en format vertical i horitzontal (½ pàgina). Cada versió haurà d'explicar algun dels casos d'accidentalitat laboral: onades de calor, caigudes en alçada, sobre la càrrega de treball (quantitativa, psicològica, emocional...) o qualsevol altra que indiqui la DGRLTASSL.

S'hauran de realitzar 25 adaptacions en format pdf.

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci i les adaptacions d'aquest a les mides dels suports de premsa a on s'inserirà l'anunci, d'acord amb el llistat que facilitarà l'empresa que gestioni el pla de mitjans.

Mitjà exterior:

Creativitat i producció dels 3 anuncis per a suports de publicitat exterior en format vertical (l'estàndard d'opis, banderoles, tertúlies o altres similars) i horitzontal (autobusos, tanques, vinils, lones edificis).

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de l'anunci.

Com a mínim, s'hauran de realitzar sis adaptacions a formats i mides estàndards (opis, marquesines, cartells, tanques, banderoles o altres similars), i una adaptació a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials o altres similars) per a la seva inserció al mitjà exterior.

Mitjans digitals:

- Caldrà presentar una proposta de l'anunci per a una campanya baner display en les dues mides : (300x600px i 300x250) i una proposta de format especial (brandday o animació multimèdia).
Com a mínim, s'hauran de realitzar 10 adaptacions en format baner display o imatge estàtica.



Doc.original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 14 de 17

- Caldrà crear 3 peces tipus *ree*/ adaptades per a la difusió de la campanya a les xarxes socials. Han de reflectir diferents casos d'accidentalitat laboral. Aquestes peces no son una reducció de l'espot. Han de tenir les característiques comunicatives adients per difondre's a les xarxes socials amb una durada de màxim 15 segons i en les resolucions següents: 1080 x 1080 píxels, 1080x1920, 1920 x 1080, 1080 x 1440, amb opció de subtítols en català i les tres llengües més demanades, i en format MP4.
- Caldrà entregar l'espot en versió digital en les següents resolucions: 1080 x 1080 píxels, 1080x1920, 1920 x 1080, 1080 x 1440, totes elles amb subtítols en català i les tres llengües més demanades (sense llenguatge de signes) i en format MP4. El vídeo per Youtube ha de portar els subtítols en un fitxer separat en format .srt. i en format MP4.

Es lliurarà el màster en obert de cadascuna de les versions aprovades de les creativitats. L'empresa assumirà les adaptacions descrites en aquest document.

Manual de la línia gràfica que segueix la campanya

En relació amb la campanya publicitària presentada, el contractista haurà de lliurar un manual d'aplicació gràfica que desenvolupi els conceptes creatius proposats.

Aquest document haurà de tenir una extensió aproximada d'entre 5 i 10 pàgines i incloure, com a mínim, les directrius necessàries per a la correcta implementació visual de la campanya. En concret, el manual haurà de detallar:

- Sistema gràfic general i concepte visual de la campanya
- Paleta cromàtica (colors principals i secundaris, codis i combinacions permeses)
- Tipografies (famílies, jerarquies, usos i exemples d'aplicació)
- Estil i tractament d'imatges (com ara fotografia, il·lustració, iconografia, filtres i enquadraments)
- Elements gràfics complementaris (com ara formes, textures, patrons, recursos visuals, línies i marcs)
- Composició i retícula (estructura, alineacions, marges i proporcions)
- Aplicacions en diferents formats i suports (com a mínim s'ha de mostrar en opuscles, caràtules de vídeos divulgatius, cartells informatius i post per xarxes socials).

El manual haurà de permetre l'aplicació homogènia de la campanya en tots els canals i peces derivades, garantint la coherència, consistència i reconeixement de la identitat visual definida.

S'entregarà al Departament en format obert tots els elements que conformen aquesta línia gràfica.

7. Perspectiva de gènere

Tot el material i les peces elaborades han d'estar alineats amb els següents criteris:

- Afavorir la representació de personatges de qualsevol identitat de gènere.
- Utilitzar locutors i locutores, veu en off i llenguatge adreçats a tots dos sexes. Cal fugir d'estereotips i fomentar la presència equilibrada d'ambdós sexes indistintament, i veu en off plural. Cal emprar un llenguatge inclusiu i sense connotacions sexistes.
- Representar les dones com a persones actives amb objectius propis.



Doc.original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF61T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 15 de 17

- Mostrar les dones com a persones capaces de controlar les seves emocions i les seves reaccions. No associar les dones amb signes d'inestabilitat emocional com la hipersensibilitat, la histèria o el nerviosisme, o amb comportaments socials negatius.
- Avançar en la representació de la diversitat social. A més de millorar la representació de dones i homes, i la seva diversitat de rols i funcions en la societat, cal representar també els grups socials que normalment són invisibilitzats a causa de l'edat, l'origen ètnic i cultural, la diversitat funcional, la identitat de gènere o l'orientació sexual.

8. Elements de la comunicació

- Logotip "A la feina cap risc" (s'està treballant en una nova versió):
<http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dempresai-treball/identificacions-per-a-campanyes-publicitaries/a-la-feina-cap-risc/>
- Logotip Generalitat de Catalunya + Campanya institucional "El Govern de tothom":
<http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/identitat-visual/>
<https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/aplicacions/comunicacio/>
- Possible web de campanya: es podria sol·licitar un domini tipus "seguretatisalutlaboral.gencat.cat" que redirigeixi a l'apartat de Seguretat i Salut Laboral de la web de Treball:
https://treball.gencat.cat/ca/ambits/seguretat_i_salut_laboral/

9. Calendari

Les peces s'hauran de lliurar 30 dies després de la formalització del contracte. La campanya es difondrà prioritàriament durant el darrer trimestre de l'any 2026.

10. Requeriments

- Per a aquesta campanya, no s'autoritza la creació d'imatges mitjançant IA generativa per als materials finals que es produiran i s'utilitzaran en la campanya, incloent-hi la generació total o parcial d'elements visuals a partir de prompts o referències (text-to-image i image-to-image).

L'ús d'IA generativa es permet exclusivament en fase de proposta/ideació (p. ex. moodboards o visualitzacions conceptuals), sempre que aquestes imatges no s'utilitzin com a materials finals ni es publiquin.

- L'idioma de la campanya serà el català. Caldrà contemplar el servei de traducció dels subtítols al castellà i, mínim a dues llengües més que indicarà la DGRLTASSL, de l'anunci i dels reels.
- L'agència 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'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres recursos utilitzats per a la realització i disseny de la campanya de forma universal, per tots els formats i mitjans durant tres anys a comptar des del lliurament dels



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 16 de 17



materials. El preu de compra o realització de totes les fotografies o il·lustracions estaran inclosos al pressupost.

- Un cop finalitzada la campanya, l'agència ha d'entregar els originals (arts finals i arxius oberts) a la Direcció General de Relacionals Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral.
- Els materials hauran de complir amb les normes d'accessibilitat.



Doc.original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
07/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



01LFUGAN4ASR7SNXDAHMF1T4B25N3UI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:26:54

Pàgina 17 de 17