

Plec de prescripcions tècniques per a la contractació administrativa per procediment obert del servei de conceptualització, creativitat i disseny de campanyes i accions de publicitat i de marca institucional

Expedient núm. PR-2027-20

Clàusula primera. Objecte i finalitat del contracte

L'objecte d'aquesta contractació són els serveis de conceptualització, creativitat i disseny de campanyes i accions de publicitat i de marca institucional i s'estructura en els següents lots:

Lot 1- Estratègia i conceptualització de les campanyes. Serveis d'anàlisi, definició estratègica i conceptualització de les campanyes de comunicació institucional estratègiques i d'especial rellevància, amb una visió a mitjà i llarg termini.

Lot 2- Desenvolupament creatiu integral de les campanyes. Serveis d'estratègia, conceptualització, creativitat aplicada, disseny i producció de les campanyes de publicitat institucional de caràcter tàctic o estacional, orientades a objectius concrets i a un horitzó temporal limitat.

Lot 3- Disseny gràfic, producció de peces, adaptacions multiformat i senyalització d'espais i esdeveniments. Serveis integrals de disseny gràfic i audiovisual, producció de materials comunicatius i adaptació multiformat de continguts, incloent-hi també els entorns físics i esdeveniments.

Lot 4- Creació d'identitat de marca. Servei de conceptualització, disseny i implementació de la identitat de marca (branding) en l'àmbit de la comunicació institucional.

Finalitat del contracte

La finalitat del present contracte és dotar la Direcció General de Difusió del Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya d'un conjunt integral de serveis especialitzats en comunicació institucional que permetin planificar, conceptualitzar, desenvolupar i implementar campanyes i accions comunicatives amb criteris d'eficàcia, coherència i qualitat. A tal efecte, el contracte s'estructura en diversos lots que cobreixen, de manera complementària i coordinada, totes les fases del procés comunicatiu: des de l'anàlisi estratègica i la definició de territoris conceptuals de llarg recorregut (Lot 1), fins al desenvolupament creatiu i execució de campanyes de caràcter tàctic (Lot 2), així com els serveis de disseny gràfic, producció i adaptació multi format i la senyalització d'espais i esdeveniments (Lot 3), i la conceptualització i desenvolupament d'identitats de marca institucionals (Lot 4). Aquesta estructuració té per objectiu garantir una comunicació pública alineada amb els objectius institucionals, adaptable a diferents contextos i canals, i capaç d'oferir respostes tant estratègiques com operatives amb un alt nivell de qualitat i coherència global.

Clàusula segona. Prestacions incloses en el contracte

Amb caràcter general, l'empresa contractista de cada lot haurà de garantir una gestió eficient, planificada i documentada de les activitats, assegurant el compliment dels terminis, la qualitat tècnica dels materials i l'adequada coordinació amb la Generalitat de Catalunya.

En concret, per a cadascun dels lots s'hauran de realitzar els serveis següents:

Lot 1- Estratègia i conceptualització de les campanyes. Serveis d'anàlisi, definició estratègica i conceptualització de les campanyes de comunicació institucional estratègiques i d'especial rellevància, amb una visió a mitjà i llarg termini.

Abast del servei:

El servei té per finalitat establir el marc estratègic, conceptual i creatiu de les campanyes institucionals, previ a la seva execució, mitjançant la definició de criteris que n'orientin el desenvolupament posterior.

En aquest sentit, el servei inclou:

- La definició dels objectius de comunicació, la identificació i segmentació dels públics destinataris i el plantejament estratègic global.
- El desenvolupament dels relats, narratives i territoris conceptuals de campanya, alineats amb els valors i les polítiques institucionals.
- La conceptualització creativa en fase marc, incloent la idea central de campanya, el seu enfocament i les línies mestres conceptuals, sense incloure el desenvolupament de peces concretes.
- La definició dels criteris i directrius creatives i comunicatives que han de regir el desplegament posterior de les campanyes.
- La validació de la coherència visual i conceptual en el desplegament posterior de la campanya, mitjançant tasques de supervisió i revisió dels materials desenvolupats per tercers, amb l'objectiu de garantir l'adequació als criteris estratègics i creatius prèviament definits.

Resten exclosos de l'objecte del lot:

- El disseny de peces gràfiques o audiovisuals.
- L'adaptació de materials.
- La producció i execució de campanyes.
- La planificació de mitjans i la seva contractació.

Procediment d'encàrrec dels serveis

La Direcció General de Difusió serà l'òrgan responsable de realitzar els encàrrecs dels serveis objecte del contracte.

Cada encàrrec s'iniciarà amb la remissió, per part de la Direcció General de Difusió, d'un document de bríng en format escrit, que inclourà, com a mínim, els objectius, el context, els públics destinataris, els requisits específics i els terminis.

Amb posterioritat a la tramesa del bríng, es realitzarà una reunió entre les parts amb

l'objectiu d'analitzar, aclarir i completar la informació facilitada, així com d'alinear l'enfocament estratègic i conceptual de l'encàrrec.

Desenvolupament dels treballs

L'adjudicatari, a partir del brífig i de la reunió de treball, desenvoluparà una proposta estratègica i conceptual que incorporarà tots els elements definits al brífig.

El procés inclourà:

- L'anàlisi del context comunicatiu i institucional.
- La formulació de l'estratègia de comunicació.
- El desenvolupament del concepte creatiu i del marc narratiu.
- L'establiment de directrius creatives per al desplegament posterior.
- La supervisió posterior del desplegament, mitjançant la revisió i validació del procés i dels materials produïts per tercers per assegurar-ne la coherència visual, conceptual i comunicativa amb els criteris establerts.

L'adjudicatari presentarà la proposta a la Direcció General de Difusió per a la seva revisió.

La Direcció General de Difusió podrà:

- Validar la proposta.
- Sol·licitar modificacions o ajustos.
- Requerir ampliacions de contingut.

L'adjudicatari haurà d'incorporar les modificacions sol·licitades fins a l'obtenció de la validació final.

Peces i productes a lliurar:

Els treballs es lliuraran en un document digital i hauran d'incloure, com a mínim:

- Estratègia de comunicació.
- Definició de públics i objectius.
- Relat i territori conceptual de la campanya.
- Concepte creatiu en fase marc.
- Directrius creatives i comunicatives.

Els documents hauran de ser clars, estructurats i aptes per a la seva utilització en fases posteriors de desenvolupament de campanya.

Organització i coordinació del servei

L'adjudicatari designarà una persona responsable del contracte que actuarà com a interlocutor amb la Direcció General de Difusió i serà responsable de:

- La correcta execució dels encàrrecs.
- La coordinació dels equips de treball.
- El seguiment dels terminis establerts.
- La qualitat dels lliuraments.

Termini de lliurament:

L'adjudicatari haurà de presentar els treballs objecte de cada encàrrec dins del termini màxim establert per la Direcció General de Difusió en el corresponent brífig.

Amb caràcter general, i llevat que el brífling estableixi un termini diferent degudament justificat, l'adjudicatari haurà de lliurar, en un termini màxim de 20 dies naturals a comptar des de la celebració de la reunió de brífling, la documentació següent:

- L'anàlisi preliminar i el pla estratègic de comunicació.
- La conceptualització de la campanya, incloent la definició de la idea creativa i les directrius creatives.
- La guionització, si escau, dels continguts proposats en coherència amb el concepte definit.

En cas que la Direcció General de Difusió requereixi esmenes o ajustos, l'adjudicatari haurà de presentar les versions revisades en el termini que s'estableixi en cada cas, d'acord amb la complexitat de les modificacions sol·licitades.

Lot 2- Desenvolupament creatiu integral de campanyes. Serveis d'estratègia, conceptualització, creativitat aplicada, disseny i producció de campanyes de publicitat institucional de caràcter tàctic o estacional, orientades a objectius concrets i a un horitzó temporal limitat.

Abast del servei:

El servei inclou totes les activitats necessàries per a la concepció, desenvolupament, producció i execució de les campanyes, des de la seva definició estratègica fins al lliurament dels materials finals aptes per a la seva difusió.

En aquest sentit, el servei inclou:

- La definició estratègica i conceptual de campanyes de curt recorregut, vinculades a necessitats operatives, calendaris o accions específiques. Aquesta definició haurà d'incloure la determinació dels objectius de comunicació, la identificació dels públics destinataris, la concreció del posicionament i dels missatges clau.
- La conceptualització creativa aplicada i el desenvolupament d'idees adaptades a canals i públics concrets. Aquestes propostes hauran de ser coherents amb la identitat institucional, tenir capacitat d'impacte i estar orientades a la seva aplicació efectiva en els formats i suports previstos.
- El disseny, realització, producció i adaptació de peces per a diferents suports i mitjans (televisió, ràdio, premsa, exterior i entorns digitals).
- L'execució integral de les campanyes fins a la seva difusió, incloent el lliurament dels materials finals en els formats requerits i dins dels terminis establerts per a cada encàrrec.

Resten exclosos de l'objecte del lot:

- El desenvolupament d'estratègies de comunicació de llarg recorregut.
- La definició de territoris conceptuals estructurals o transversals.
- Qualsevol altre servei propi del Lot 1.

Procediment d'encàrrec dels serveis

La Direcció General de Difusió serà l'òrgan responsable de realitzar els encàrrecs dels serveis objecte del contracte.

Cada encàrrec s'iniciarà amb la remissió, per part de la Direcció General de Difusió, d'un document de brífing en format escrit, que inclourà, com a mínim, els objectius, el context, els públics destinataris, els requisits específics, mitjans previstos i els terminis.

Amb posterioritat a la tramesa del brífing, es realitzarà una reunió entre les parts amb l'objectiu d'analitzar, aclarir i completar la informació facilitada, així com d'alinejar els aspectes estratègics, creatius i operatius de la campanya.

Desenvolupament dels treballs

L'adjudicatari, a partir del brífing i de la reunió de treball, desenvoluparà una proposta estratègica i conceptual que incorporarà:

- La definició estratègica de la campanya, adaptada a l'horitzó temporal definit i als objectius concrets.
- La conceptualització creativa aplicada, amb propostes d'idees i enfocaments alineats amb els públics i els canals identificats.
- La concreció del missatge clau i el relat comunicatiu, adequat a la campanya.

Un cop validada la proposta conceptual, l'adjudicatari durà a terme:

- El desenvolupament creatiu de les peces, adaptat als diferents mitjans i formats.
- El disseny gràfic i audiovisual, en coherència amb la identitat institucional i els criteris de campanya.
- L'elaboració de versions i adaptacions segons mitjans (televisió, ràdio, premsa, exterior i entorns digitals).

L'adjudicatari serà responsable de:

- La producció tècnica de les peces, incloent gravació, edició, maquetació i preparació d'arts finals.
- L'adaptació multiformat i multisuport dels materials, garantint la correcta adequació tècnica a cada canal.
- La supervisió de tots els processos productius per assegurar la qualitat final dels materials.

Peces i productes a lliurar:

El servei inclou l'execució integral de la campanya, d'acord amb els requeriments establerts en cada brífing, i fins a la seva difusió, assegurant:

- El lliurament dels materials finals en els formats requerits.
- L'adequació als calendaris de difusió establerts.
- La coherència i qualitat del conjunt de peces desenvolupades.

Amb caràcter general, les peces a lliurar podran incloure, entre d'altres:

- Espots audiovisuals, produïts mitjançant rodatge (en exteriors o interiors/plató), amb imatges d'arxiu o mitjançant animació.
- Falques radiofòniques, amb locució en català i possibles versions en altres idiomes o amb veus addicionals.
- Originals d'anuncis gràfics per a premsa i publicitat exterior, amb producció pròpia (sessió fotogràfica) o mitjançant imatges d'arxiu o il·lustració.
- Peces digitals estàtiques i animades (banners, capçaleres, formats display o continguts per a xarxes socials).

La producció dels espots audiovisuals inclourà, com a mínim, l'elaboració del guió i storyboard, càsting, localitzacions, pla de rodatge, gestió de permisos, enregistrament de vídeo i locució, subtitulació, edició i postproducció, així com els serveis d'accessibilitat com la interpretació en llengua de signes.

En el cas de falques radiofòniques, s'inclourà la definició de guions, selecció de veus, enregistrament, edició i postproducció, així com la gestió dels drets de música i altres elements sonors.

Per a peces gràfiques i digitals, s'inclourà la creativitat, el desenvolupament dels originals, la selecció o producció de recursos visuals (fotografia, il·lustració, etc.), les adaptacions necessàries i el lliurament dels màsters finals.

Els materials es lliuraran en formats tècnics adequats a cada canal (audiovisual, àudio, gràfic i digital), incloent els arxius finals i els màsters oberts, així com els elements associats (imatges, tipografies, etc.), i hauran de complir els requisits tècnics i d'accessibilitat establerts per la Generalitat de Catalunya.

Organització i coordinació del servei

L'adjudicatari designarà una persona responsable del contracte que actuarà com a interlocutor amb la Direcció General de Difusió i assumirà la responsabilitat de la correcta gestió integral dels encàrrecs associats al present lot. En particular, serà responsable de:

- Garantir la correcta execució de les campanyes en totes les seves fases, des de la definició estratègica fins a la producció i lliurament final dels materials.
- Coordinar els equips creatius, tècnics i de producció, així com, si escau, els proveïdors externs implicats (rodatges, locucions, postproducció, etc.).
- Assegurar el compliment dels terminis establerts, d'acord amb els calendaris operatius propis de campanyes de caràcter tàctic o estacional.
- Vetllar per la qualitat tècnica i creativa dels materials produïts, així com per la seva adequació als requisits tècnics dels diferents canals i suports.
- Garantir una coordinació efectiva i contínua amb la Direcció General de Difusió, facilitant el seguiment dels projectes i la validació de les diferents fases de treball.

Termini de lliurament:

L'adjudicatari haurà de presentar els treballs objecte de cada encàrrec dins del termini màxim establert per la Direcció General de Difusió en el corresponent brífig.

Amb caràcter general, i llevat que el brífling estableixi un termini diferent degudament justificat, l'adjudicatari haurà de lliurar en un termini màxim de 20 dies naturals a comptar des de la celebració de la reunió de brífling la documentació corresponent a:

- La proposta estratègica i conceptual de la campanya, incloent la definició dels objectius, els missatges clau i el plantejament creatiu aplicat.
- El desenvolupament creatiu de les peces i, si escau, la guionització dels continguts audiovisuals o sonors.

Un cop la Direcció General de Difusió hagi validat la proposta creativa, l'adjudicatari haurà de lliurar les peces finals de la campanya degudament produïdes i adaptades als diferents suports i canals en un termini màxim de 21 dies naturals a comptar des de la seva aprovació.

Els terminis hauran d'assegurar en tot cas l'adequació als calendaris de difusió de les campanyes, especialment en aquelles de caràcter tàctic o estacional.

En cas que la Direcció General de Difusió requereixi esmenes o ajustos, l'adjudicatari haurà de presentar les versions revisades en el termini que s'estableixi en cada cas, d'acord amb la complexitat de les modificacions sol·licitades.

Lot 3- Disseny gràfic, producció de peces, adaptacions multiformat i senyalització d'espais i esdeveniments. Serveis integrals de disseny gràfic i audiovisual, producció de materials comunicatius i adaptació multiformat de continguts, incloent-hi també els entorns físics i esdeveniments.

Abast del servei

El servei inclou la prestació integral dels treballs de disseny gràfic i audiovisual, la producció de materials comunicatius i l'adaptació multiformat de continguts, així com el disseny i desenvolupament de sistemes de senyalització per a espais i esdeveniments, d'acord amb el que es descriu a l'objecte del contracte.

En concret, inclou:

- La direcció d'art, el disseny i desenvolupament de la imatge gràfica d'accions i esdeveniments, alineada amb la identitat corporativa i garantint coherència visual i qualitat comunicativa.
- La producció tècnica de materials en múltiples formats (imprès, digital i audiovisual), incloent la preparació, maquetació i lliurament d'arts finals i arxius optimitzats segons els requisits tècnics de cada suport.
- L'adaptació multiformat i multisupport de creativitats existents, incloent redimensionaments, versions, ajustos de composició, animacions, subtitulació i adequacions tècniques necessàries per a la seva correcta difusió en diferents canals.
- La maquetació i validació tècnica dels materials gràfics, garantint el compliment de les especificacions de cada mitjà i la qualitat final dels lliurables.
- El disseny i desenvolupament de sistemes de senyalització per a espais interiors i exteriors, amb especial atenció a la llegibilitat, jerarquia de la informació, accessibilitat i coherència amb la imatge gràfica.
- El disseny i producció de peces de senyalització per a esdeveniments i actes, incloent cartelleria, indicadors direccionals, acreditacions, suports expositius (roll-ups, faristols), photocalls i escenografies gràfiques per a rodes de premsa i altres accions.

- La definició de sistemes globals de senyalització d'esdeveniments que integrin totes les peces sota un mateix criteri visual i funcional.

Procediment d'encàrrec dels serveis

La Direcció General de Difusió serà l'òrgan responsable de realitzar els encàrrecs dels serveis objecte del contracte.

Quan es requereixin els serveis de disseny i desenvolupament creatiu de peces gràfiques i audiovisual, de senyalització d'espais o de senyalització per a esdeveniments i actes, la Direcció General de Difusió, farà arribar a l'empresa un document de brífing en format escrit, que inclourà, com a mínim la descripció del servei, l'abast i característiques tècniques, els formats i suports de destinació i els terminis.

En el cas del servei d'adaptació, per a cada campanya i/o acció de comunicació es facilitarà 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 i s'indicarà l'abast i característiques tècniques, els formats i suports de destinació i els terminis.

El llistat de mitjans que facilitarà la Direcció General de Difusió ve determinat per la petició de material que fa l'agència de mitjans encarregada de gestionar la campanya. Per tal que l'agència de mitjans pugui fer una planificació eficaç, la Direcció General de Difusió realitza l'encàrrec aportant tots els requeriments específics de cadascuna de les campanyes (objectius de comunicació, públic objectiu, dates de la campanya, explicació de cadascuna de les creativitats i qualsevol altra informació que es cregui necessària). A partir d'aquí, l'agència de mitjans elabora la planificació i la Direcció General de Difusió fa les esmenes que considera necessàries per tal de complir amb els objectius principals de la publicitat institucional establerts en la Llei 18/2000, de 29 de desembre. Un cop aprovat el pla de mitjans per part de la Direcció General de Difusió, l'agència fa la petició de material que s'enviarà a l'empresa adjudicatària del Lot 3.

Desenvolupament dels treballs

L'adjudicatari, a partir del brífing, desenvoluparà una proposta que incorporarà:

- La definició de la línia gràfica o sistema visual, adaptada als objectius comunicatius, als públics destinataris i als entorns d'aplicació (imprès, digital, audiovisual o espais físics).
- La conceptualització aplicada a les peces requerides, amb propostes visuals coherents amb la identitat corporativa o de campanya.
- La definició de criteris gràfics i compositius (tipografia, color, jerarquia, estil visual) que assegurin la coherència en totes les aplicacions.
- En el cas de senyalització, la proposta de sistema que integri criteris de llegibilitat, accessibilitat, orientació i experiència d'usuari.

Un cop validada la proposta conceptual, l'adjudicatari durà a terme:

- El desenvolupament i disseny i maquetació de les peces gràfiques, audiovisuals i de senyalització, adaptades als diferents suports i formats.

- L'elaboració de versions i adaptacions multiformat.

L'adjudicatari serà responsable de:

- La producció tècnica de les peces, incloent maquetació, animació, edició audiovisual i preparació d'arts finals.
- L'adaptació multiformat i multisuport dels materials, garantint la correcta adequació tècnica a cada canal i suport de difusió.
- La preparació i lliurament d'arxius finals optimitzats segons els requisits tècnics establerts.
- La supervisió de tots els processos de producció per assegurar la qualitat, la coherència gràfica i el compliment de les especificacions tècniques.
- La correcta implementació dels sistemes de senyalització i la coherència global entre totes les peces desenvolupades.

Peces i productes a lliurar:

En el marc de cada encàrrec, l'adjudicatari haurà de lliurar les peces i productes corresponents d'acord amb les especificacions definides per la Direcció General de Difusió.

Pel que fa específicament als serveis objecte d'aquest lot, els productes a lliurar podran incloure, entre d'altres:

- Propostes de direcció d'art i desenvolupament de la imatge gràfica.
- Manuals o guies bàsiques de sistema visual, quan es requereixi.
- Sistemes complets de senyalització (criteris, aplicacions i peces).
- Peces de senyalització per a esdeveniments (cartelleria, indicadors, acreditacions, roll-ups, photocalls i suports expositius).
- Adaptacions de peces per a rodes de premsa i actes.
- Anuncis adaptats per a mitjans impresos.
- Adaptacions per a suports exteriors, incloent formats especials.
- Peces digitals per a formats display estàndard.
- Peces digitals per a formats especials i multimèdia.
- Adaptacions de peces audiovisuals per a televisió.
- Adaptacions de falques per a ràdio.

Els lliurables derivats dels serveis objecte del contracte hauran d'ajustar-se als formats i especificacions tècniques que estableixi la Direcció General de Difusió en cada encàrrec, així com als estàndards habituals de cada canal de difusió.

Amb caràcter general, s'estableixen els formats d'arxiu següents:

- Materials gràfics per a impressió: PDF d'alta qualitat (PDF/X o equivalent), amb resolució mínima de 300 dpi, sagnats i marques de tall, i perfils de color adequats (CMYK).
- Materials digitals: formats optimitzats segons canal (JPG, PNG, GIF, HTML5, altres formats estàndard).
- Materials audiovisuals: fitxers màster en formats professionals (p. ex. MOV, MP4 amb còdecs estàndard), així com versions comprimides adaptades a cada canal.
- Àudio (falques de ràdio): formats WAV i/o MP3 amb qualitat d'emissió, segons requeriments del mitjà.

- Arxius editables: en formats oberts i estàndard (p. ex. AI, PSD, INDD, AE o equivalents), quan es requereixi.

En el cas dels sistemes de senyalització i aplicacions físiques s'estableixen els criteris següents:

- Documents tècnics amb mesures, proporcions i especificacions de producció.
- Arxius preparats per a la fabricació i instal·lació dels elements de senyalització.
- Indicació de materials recomanats, sistemes de fixació i criteris d'aplicació, quan sigui necessari.

Organització i coordinació del servei

L'adjudicatari designarà una persona responsable del contracte que actuarà com a interlocutor amb la Direcció General de Difusió i assumirà la responsabilitat de la correcta gestió integral dels encàrrecs associats al present lot. En particular, serà responsable de:

- Garantir la correcta execució dels serveis en totes les seves fases, des de la conceptualització creativa i definició del sistema visual fins al disseny, adaptació, producció i lliurament final de les peces.
- Coordinar els equips creatius, tècnics i de producció implicats en el desenvolupament de materials gràfics, audiovisuals i de senyalització, així com, si escau, els proveïdors externs (impressió, producció audiovisual, fabricació de suports, instal·lació d'elements de senyalització, etc.).
- Assegurar el compliment dels terminis establerts en cada encàrrec, atenent la naturalesa sovint urgent o vinculada a esdeveniments, actes o campanyes amb calendaris tancats.
- Vetllar per la qualitat tècnica i creativa de tots els materials produïts, així com per la seva coherència amb la identitat gràfica i la seva adequació als requisits tècnics dels diferents canals i suports (impressió, digital, audiovisual i entorns físics).
- Garantir la correcta execució i coherència dels sistemes de senyalització, tant en la seva concepció com en la seva aplicació en espais i esdeveniments.
- Assegurar una coordinació efectiva i contínua amb la Direcció General de Difusió, facilitant el seguiment dels encàrrecs, la validació de les diferents fases de treball i la resolució àgil de possibles incidències.
- Organitzar i gestionar els fluxos de treball i les iteracions de revisió, garantint la traçabilitat de les versions i l'adequació final dels lliurables.

Termini de lliurament

L'adjudicatari haurà de presentar els treballs objecte de cada encàrrec dins del termini establert per la Direcció General de Difusió en el corresponent brífing o sol·licitud.

Amb caràcter general, s'estableixen els següents terminis màxims:

- Serveis de disseny i desenvolupament creatiu (peces gràfiques i audiovisuals, sistemes de senyalització d'espais o senyalització per a esdeveniments i actes):
L'adjudicatari haurà de presentar una proposta creativa i funcional en un termini màxim de 15 dies naturals a comptar des de la celebració de la reunió de brífing o de la recepció de l'encàrrec.
- Serveis d'adaptació de peces (multiformat i multisuport):
El termini màxim de lliurament de les adaptacions corresponents a una mateixa campanya o acció serà de 48 hores hàbils des de la data de realització de la

comanda.

Els terminis hauran de garantir en tot cas l'adequació als calendaris de difusió, especialment en aquells encàrrecs vinculats a esdeveniments, actes o accions de caràcter immediat o amb dates tancades.

En cas que la Direcció General de Difusió requereixi esmenes, ajustos o noves versions, l'adjudicatari haurà de presentar les propostes revisades en el termini que s'estableixi en cada cas, d'acord amb la urgència i la complexitat de les modificacions sol·licitades.

Lot 4- Creació d'identitat de marca. Servei de conceptualització, disseny i implementació de la identitat de marca (branding) en l'àmbit de la comunicació institucional.

Abast del servei

El servei inclou la conceptualització, disseny i implementació de la identitat de marca, d'acord amb el que es descriu a l'objecte del contracte, garantint una coherència estratègica, conceptual i gràfica alineada amb els objectius institucionals.

En concret, inclou:

- L'anàlisi estratègica i la definició del posicionament i proposta de valor de la marca, alineada amb els objectius institucionals.
- El desenvolupament del relat de marca, incloent atributs identitaris, valors, personalitat i to comunicatiu.
- La creació dels elements identitaris de la marca, incloent naming (si escau), logotip, sistema visual, univers gràfic, paleta cromàtica i tipografia.
- El disseny d'un sistema de marca coherent, modular i escalable, aplicable a diferents canals i suports.
- La definició de criteris d'aplicació del sistema visual per garantir la consistència en tots els usos.
- L'elaboració de manuals d'identitat corporativa i criteris d'ús.
- El desenvolupament d'aplicacions bàsiques i plantilles editables.
- El suport a la implementació inicial de la marca en entorns digitals, impresos o físics.

Procediment d'encàrrec dels serveis

La Direcció General de Difusió serà l'òrgan responsable de realitzar els encàrrecs dels serveis objecte del contracte.

Quan es requereixin serveis de creació o desenvolupament d'identitat de marca, la Direcció General de Difusió farà arribar a l'empresa adjudicatària un document de brífing en format escrit, que inclourà, com a mínim:

- La descripció del projecte i els objectius estratègics.
- El context institucional i àmbit d'aplicació.
- L'abast dels serveis requerits.
- Els terminis d'execució.
- Qualsevol altra informació rellevant per al desenvolupament del projecte.

Desenvolupament dels treballs

L'adjudicatari, a partir del brífing, desenvoluparà una proposta que incorporarà:

- L'anàlisi estratègica del context i la definició del posicionament de marca.
- La definició del relat de marca, incloent valors, atributs identitaris i to comunicatiu.
- La proposta de naming, si escau, amb criteris de coherència, adequació institucional i viabilitat.
- La conceptualització del sistema visual de la marca.

Un cop validada la proposta conceptual, l'adjudicatari durà a terme:

- El desenvolupament i disseny de la identitat visual (logotip, sistema gràfic, paleta cromàtica, tipografies i univers visual).
- La definició del sistema visual i dels criteris d'aplicació.
- El desenvolupament d'aplicacions bàsiques i plantilles editables.
- L'elaboració del manual d'identitat corporativa.
- El suport a la implementació inicial de la marca en els diferents suports.

L'adjudicatari serà responsable de:

- Garantir la coherència estratègica, conceptual i visual de la marca desenvolupada.
- Assegurar la viabilitat tècnica i funcional de les propostes.
- Adaptar els materials a les necessitats reals d'ús de l'organització.
- La preparació i lliurament d'arxius finals optimitzats.
- La supervisió de tot el procés per assegurar la qualitat final dels materials.

Peces i productes a lliurar

En el marc de cada encàrrec, l'adjudicatari haurà de lliurar els productes corresponents d'acord amb les especificacions definides per la Direcció General de Difusió.

Pel que fa específicament als serveis objecte d'aquest lot, podran incloure, entre d'altres:

- Documents d'anàlisi estratègica i posicionament.
- Document que contingui el relat de marca i definició del to comunicatiu.
- Propostes de naming (si escau).
- Propostes de disseny de la identitat visual.
- Logotip i les seves variants i aplicacions.
- Sistema visual complet i criteris d'aplicació.
- Desenvolupament d'aplicacions bàsiques de marca (papereria, peces digitals, etc.).
- Plantilles editables per a ús intern.
- Manual d'identitat corporativa.
- Materials de suport per a la implementació inicial.

El manual d'identitat corporativa s'haurà de lliurar amb un nivell de detall suficient per garantir la correcta aplicació de la marca per part de tercers i haurà d'incloure com a mínim:

- Definició de la marca (posicionament, valors i relat).
- Normes d'ús del logotip (versions, mides, marges de seguretat i usos incorrectes).
- Sistema cromàtic i tipogràfic.
- Sistema gràfic i criteris compositius.

- Aplicacions bàsiques de marca (exemples d'ús en diferents suports).
- Directrius per a l'adaptació de la marca en diferents canals i formats.

Els lliurables derivats dels serveis objecte del contracte hauran d'ajustar-se als formats i especificacions tècniques que estableixi la Direcció General de Difusió en cada encàrrec, així com als estàndards habituals.

Amb caràcter general, s'estableixen els formats d'arxiu següents:

- Materials gràfics: PDF d'alta qualitat i formats editables (AI, INDD, PSD o equivalents).
- Materials digitals: formats optimitzats (JPG, PNG, SVG o altres formats estàndard).
- Arxius editables: lliurament en formats oberts, degudament organitzats.

En concret, el lliurament del manual d'identitat corporativa inclourà:

- Versió principal en PDF, en alta qualitat, optimitzada tant per a consulta digital com per a impressió.
- Versió navegable, quan es requereixi, amb índex interactiu i estructura clara per facilitar-ne l'ús.
- Arxiu editable del manual, en format obert (INDD o equivalent), degudament organitzat i amb tots els elements vinculats.
- Recurs gràfics associats, en carpetes estructurades, incloent:
 - Logotips en totes les seves variants (vectorials i raster).
 - Tipografies (o indicació de les mateixes, segons llicències).
 - Paleta cromàtica definida amb codis (Pantone, CMYK, RGB i HEX).
 - Elements gràfics del sistema visual.

Els arxius s'hauran de lliurar correctament identificats, estructurats i preparats per a la seva reutilització.

Organització i coordinació del servei

L'adjudicatari designarà una persona responsable del contracte que actuarà com a interlocutor amb la Direcció General de Difusió i assumirà la responsabilitat de la correcta gestió integral dels encàrrecs associats al present lot. En particular, serà responsable de:

- Garantir la correcta execució dels projectes de branding en totes les seves fases, des de l'anàlisi estratègica fins a la implementació inicial.
- Coordinar els equips creatius i tècnics implicats en el desenvolupament del projecte.
- Assegurar la coherència global de la marca i la seva aplicació.
- Vetllar per la qualitat conceptual, gràfica i tècnica dels materials.
- Assegurar el compliment dels terminis establerts.
- Garantir una coordinació efectiva i contínua amb la Direcció General de Difusió, facilitant el seguiment dels treballs i la validació de les diferents fases.
- Organitzar i gestionar els fluxos de treball i les iteracions de revisió.

Termini de lliurament

L'adjudicatari haurà de presentar els treballs objecte de cada encàrrec dins del termini establert per la Direcció General de Difusió en el corresponent brífing.

Amb caràcter general:

- L'adjudicatari haurà de lliurar la proposta estratègica i conceptual de la marca en el termini de 21 dies naturals.
- Un cop validada la proposta conceptual, haurà de desenvolupar i lliurar els elements d'identitat visual, els sistemes de marca i la resta de materials dins dels terminis definits en cada encàrrec.

Els terminis hauran de garantir en tot cas l'adequació als calendaris institucionals i a les necessitats d'implementació de la marca.

En cas que la Direcció General de Difusió requereixi esmenes o ajustos, l'adjudicatari haurà de presentar les versions revisades en el termini que s'estableixi en cada cas, d'acord amb la complexitat de les modificacions sol·licitades.

Clàusula tercera. Correcció lingüística i ús del català

L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català i a les peces creatives han de quedar representades les diferents variants que presenta la llengua en els territoris de parla catalana.

L'empresa contractista de cada lot 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.

Clàusula quarta. Pressupost base de licitació

Basant-nos en l'experiència prèvia i en les peticions rebudes per part dels Departaments, organismes i entitats de l'Administració de la Generalitat estímem una distribució aproximada del pressupost de licitació basada en les necessitats creatives de la Direcció General de Difusió durant el període d'execució del contracte que respon als següents càlculs:

Lot 1. Estratègia i conceptualització de campanyes:

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim (IVA exclòs)	Unitats	Preu Total Oferta (IVA exclòs)
Anàlisi preliminar i pla estratègic	12.000,00 €	4	48.000,00 €
Conceptualització, definició de la idea i de les directrius creatives de campanya	15.000,00 €	4	60.000,00 €
Guionització	6.000,00 €	4	24.000,00 €
Direcció i supervisió d'art conceptual	10.000,00 €	4	40.000,00 €

Coordinació creativa amb proveïdors	7.000,00 €	4	28.000,00 €
Concepte/servei a prestar	Percentatge ofert sobre la campanya	Suma dels serveis anteriors de les campanyes	
Honoraris d'agència sobre els serveis anteriors *	20%	200.000,00 €	40.000,00 €
Concepte/servei a prestar	Preu/hora	Hores previstes	
Direcció estratègica i creativa	70 €	55	3.850,00 €
Creació de guions i textos	50 €	65	3.250,00 €
Direcció d'art	50 €	58	2.900,00 €
TOTAL (IVA exclòs)			250.000,00 €

*Els honoraris d'agència estan constituïts per un percentatge (d'acord amb l'oferta realitzada per l'empresa contractista) que s'aplica als 5 serveis relacionats en les files anteriors (Anàlisi preliminar i pla estratègic; conceptualització, definició de la idea i de les directrius creatives de campanya; guionització; direcció i supervisió d'art conceptual; coordinació creativa amb proveïdors) i es facturen per cada campanya.

Lot 2. Desenvolupament creatiu integral de campanyes.

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim (IVA exclòs)	Unitats	Preu Total Oferta (IVA exclòs)
Conceptualització audiovisual	5.000,00 €	16	80.000,00 €
Conceptualització falca	700,00 €	16	11.200,00 €
Conceptualització gràfica	2.000,00 €	16	32.000,00 €
Conceptualització digital	2.000,00 €	16	32.000,00 €
Producció espot alt nivell	120.000,00 €	7	840.000,00 €
Producció espot nivell mitjà	60.000,00 €	9	540.000,00 €
Producció falca	1.000,00 €	16	16.000,00 €
Producció gràfica	1.000,00 €	16	16.000,00 €
Producció digital	2.000,00 €	16	32.000,00 €
Concepte/servei a prestar	Percentatge ofert sobre la campanya	Suma dels serveis anteriors de les campanyes	
Honoraris d'agència pels serveis anteriors*	20%	1.599.200,00 €	319.840,00 €

Concepte/servei a prestar	Preu/hora	Hores previstes	
Sessió fotogràfica-Nivell alt ⁽¹⁾	800 €	60	48.000,00 €
Sessió fotogràfica-Nivell intermig	150 €	75	11.250,00 €
Locució professional	100 €	70	7.000,00 €
Muntatge de vídeos	70 €	83	5.810,00 €
Disseny i adaptacions creatives	50 €	89	4.450,00 €
Ajust de peces per canals socials	50 €	89	4.450,00 €
TOTAL (IVA exclòs)			2.000.000,00 €

1. Sessió fotogràfica alt nivell: La sessió fotogràfica d'alt nivell o alta complexitat presenta un preu hora superior al d'una sessió de nivell mitjà atès que requereix la participació de perfils professionals amb un major grau d'especialització, una preparació prèvia més intensa i la utilització de recursos tècnics i productius addicionals. Aquest tipus de sessions impliquen habitualment tasques de direcció artística, coordinació de diverses localitzacions, gestió de talent o models, planificació logística, ús d'equipament fotogràfic i d'il·luminació avançat, així com un volum superior de selecció, tractament i retoc professional de les imatges.

*Els honoraris d'agència estan constituïts per un percentatge (d'acord amb l'oferta realitzada per l'empresa contractista) que s'aplica als 9 serveis relacionats en les files anteriors (conceptualització audiovisual, de falca, gràfica i digital; i Producció d'espots alt nivell i nivell mitjà, de falca, de gràfica i digital) i es facturen per cada campanya.

Lot 3- Disseny gràfic, producció de peces, adaptacions multiformat i senyalització d'espais i esdeveniments

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim (IVA exclòs)	Unitats	Preu Total Oferta (IVA exclòs)
Direcció d'art i creació de la imatge gràfica	5.000,00 €	15	75.000,00 €
Sistema complet de senyalització	2.000,00 €	10	20.000,00 €
Peces de senyalització per esdeveniments	250,00 €	30	7.500,00 €
Adaptació de peces per rodes de premsa i actes	250,00 €	30	7.500,00 €
Adaptació d'anuncis per a mitjà imprès	60,00 €	1000	60.000,00 €
Adaptació a formats especials d'exterior	150,00 €	150	22.500,00 €

Adaptació a formats display digitals estàndard	60,00 €	300	18.000,00 €
Adaptació a formats digitals especials i multimèdia	400,00 €	200	80.000,00 €
Adaptació de peces audiovisuals per televisió	400,00 €	10	4.000,00 €
Adaptació de falques de ràdio	200,00 €	10	2.000,00 €
Concepte/servei a prestar	Preu/hora	Hores previstes	
Disseny i adaptacions creatives	50 €	70	3.500,00 €
TOTAL (IVA exclòs)			300.000,00 €

Lot 4- Creació d'identitat de marca.

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim (IVA exclòs)	Unitats	Preu Total Oferta (IVA exclòs)
Anàlisi estratègica i coordinació del projecte	4.000,00 €	5	20.000,00 €
Definició del posicionament i relat de marca	4.000,00 €	5	20.000,00 €
Creació de naming	3.000,00€	5	15.000,00 €
Conceptualització i disseny de la identitat visual	14.000,00 €	5	70.000,00 €
Sistema visual i criteris d'aplicació	7.000,00 €	5	35.000,00 €
Desenvolupament d'aplicacions i plantilles editables	8.000,00 €	5	40.000,00 €
Manual d'identitat corporativa	6.000,00 €	5	30.000,00 €
Suport a la implementació inicial	3.000,00 €	5	15.000,00 €
Concepte/servei a prestar	Preu/hora	Hores previstes	
Disseny i adaptacions creatives	50,00 €	100	5.000,00 €
TOTAL (IVA exclòs)			250.000,00 €

Clàusula cinquena. Personal encarregat de l'execució del contracte

L'empresa contractista de cadascun dels lots 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.

Lot 1. Estratègia i conceptualització de campanyes. El personal tècnic, integrat o no en l'empresa, encarregat de l'execució del contracte haurà de ser el que es descriu a continuació:

- Director/a de projecte: les funcions del qual hauran de ser la definició del plantejament estratègic global de la comunicació, la conceptualització de les campanyes, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- Director/a d'Art, les funcions del qual hauran de ser definir la línia visual i gràfica de les campanyes i garantir la coherència estètica de les peces creatives.
- Copy, les funcions del qual hauran de ser redactar i desenvolupar els continguts textuais de les campanyes, elaborar els missatges, adaptar els textos als diferents canals i suports, i garantir la coherència del to i l'estil comunicatiu d'acord amb l'estratègia definida.

Lot 2. Desenvolupament creatiu integral de campanyes. El personal tècnic, integrat o no en l'empresa, encarregat de l'execució del contracte haurà de ser el que es descriu a continuació:

- Director/a Creatiu/va, les funcions del qual hauran de ser participar en la definició de la conceptualització de la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució, incloent la supervisió creativa de totes les peces i la coherència global del relat en tots els formats.
- Director/a d'Art, les funcions del qual hauran de ser definir la línia visual i gràfica de les campanyes i garantir la coherència estètica de les peces creatives, incloent la direcció d'art de les produccions audiovisuals (estil visual, escenografia, cromatisme, grafisme en pantalla i adaptacions a vídeo).
- Copy, les funcions del qual hauran de ser redactar i desenvolupar els continguts textuais de les campanyes, elaborar els missatges, adaptar els textos als diferents canals i suports, i garantir la coherència del to i l'estil comunicatiu d'acord amb l'estratègia definida, incloent l'elaboració de guions.
- 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.
- Cap d'estudi de disseny gràfic, les funcions del qual hauran de ser donar suport creatiu en el desenvolupament i execució de les peces gràfiques, supervisar la producció

gràfica, garantir la qualitat tècnica dels materials finals i vetllar per la correcta adaptació dels dissenys als diferents formats i suports, incloent la preparació de grafismes i adaptacions per a peces audiovisuals (motion graphics, rètols i versions digitals).

Lot 3- Disseny gràfic, producció de peces, adaptacions multiformat i senyalització d'espais i esdeveniments. El personal tècnic, integrat o no en l'empresa, encarregat de l'execució del contracte haurà de ser el que es descriu a continuació:

- Director/a Creatiu/va, les funcions del qual hauran de ser participar en la definició de la conceptualització de la creativitat gràfica, establir les línies creatives generals del projecte, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la correcta execució i coherència de totes les peces.
- Director/a d'Art, les funcions del qual hauran de ser definir i desenvolupar la línia visual i gràfica dels materials, establir els criteris de disseny aplicables als diferents suports, supervisar el desenvolupament de les peces gràfiques i vetllar per la coherència estètica en totes les aplicacions,
- Copy, les funcions del qual hauran de ser redactar i desenvolupar els continguts textuais dels materials, elaborar els missatges i eslògans, adaptar els textos als diferents canals i suports i garantir la coherència del to i estil comunicatiu en totes les peces.
- Cap d'estudi – Dissenyador/a gràfic/a i multimèdia, les funcions del qual hauran de ser executar el disseny i la producció de les peces gràfiques, coordinar i supervisar les adaptacions als diferents formats i suports (imprès, digital i espais físics), garantir la qualitat tècnica dels materials finals, preparar els arxius per a producció i vetllar per la correcta implementació dels elements de senyalització i d'identitat visual.

Lot 4- Creació d'identitat de marca. El personal tècnic, integrat o no en l'empresa, encarregat de l'execució del contracte haurà de ser el que es descriu a continuació:

- Director/a estratègic/a de marca, les funcions del qual hauran de ser definir el posicionament, els valors i l'estratègia de marca, establir l'arquitectura i el relat institucional i vetllar per la coherència estratègica de la identitat desenvolupada.
- Director/a Creatiu/va, les funcions del qual hauran de ser liderar la conceptualització de la identitat de marca, dirigir els equips creatius i garantir la correcta translació de l'estratègia en propostes creatives.
- Director/a d'Art, les funcions del qual hauran de ser definir i desenvolupar el sistema visual de la marca (logotip, paleta cromàtica, tipografia i elements gràfics), i garantir la coherència estètica en totes les aplicacions.
- Copy, les funcions del qual hauran de ser definir el to i estil comunicatiu de la marca, elaborar els missatges clau, eslògans i continguts textuais, i garantir la coherència narrativa de la identitat.

- Dissenyador/a gràfic/a o Cap d'estudi, les funcions del qual hauran de ser desenvolupar les aplicacions de la identitat visual, elaborar els manuals d'identitat corporativa i adaptar els elements gràfics als diferents suports institucionals.

Tot el personal descrit ha d'acreditar, mitjançant una declaració responsable que contingui la informació requerida al PCAP, una experiència mínima de 3 anys en projectes similars a l'objecte del contracte.

Representant de l'empresa contractista davant de la DGD

L'empresa contractista, abans de l'inici de l'execució del contracte ha de comunicar a la DGD la persona que ha de ser la responsable de l'empresa, expressant el nom i cognoms, i el correu electrònic, fax i telèfons fix i/o mòbil de l'empresa.

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

Com a representant de l'empresa contractista davant la DGD, aquesta persona, que ha de tenir l'adequada qualificació tècnica i professional i ha de comptar amb experiència i formació en l'àmbit de la publicitat i el màrqueting, ha de dur 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 DGD 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.

Clàusula sisena. Facturació i forma de pagament del servei

L'empresa adjudicatària de cadascun dels lots emetrà una factura mensual, a mes vençut, amb la relació dels treballs efectivament realitzats, sense compromís de despesa mínima per part de l'administració.