

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE
REGIR ELs CONTRACTES DE GESTIÓ DE LA
COMUNICACIÓ DE ACEGAL I DEL PROJECTE PRIDE
BCN PER L'ANY 2020.**

Índex

1.	Introducció	3
2.	objecte.....	3
3.	període d'execució.....	3
4.	ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.	4
4.1. LOT 1	4
4.1.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.	4
4.1.2.CREACIÓ NOVA IMATGE CORPORATIVA.	4
4.1.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,	5
4.1.4.ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS	6
4.1.5.OFICINA DE PREMSA	6
4.1.5.1. Interlocució amb la premsa.	6
4.1.5.2.Notes de Premsa	7
4.1.5.3. Convocatòries de premsa	7
4.1.5.4. Clippings	7
4.1.6. XARXES SOCIALS	8
4.1.7.GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA	9
4.1.8. GESTIÓ DEL PATROCINI	11
4.2.LOT 2 – PRIDE BARCELONA	12
4.2.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.	12
4.2.2.CREACIÓ IMATGE EDICIÓ 2020	12
4.2.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,	14
4.2.4. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEB EDICIÓ 2020	14
4.2.5.OFICINA DE PREMSA	15
4.2.5.1. Interlocució amb la premsa.	15
4.2.5.2.Notes de Premsa	15
4.2.5.3. Convocatòries de premsa	16
4.2.5.4. Clippings	16
4.2.6. XARXES SOCIALS	16
4.2.7.GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA	18
4.2.8. GESTIÓ DEL PATROCINI	20
5.	EXECUCIÓ	21
6.	MILLORES	21
7.	DOCUMENTACIÓ QUE HAURÀ D'INCLoure LA PROPOSTA.....	21
8.	RESOLUCIÓ DE DUBTES	22

1. INTRODUCCIÓ

L'Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes, en endavant ACEGAL, és una entitat sense afany de lucre, que té entre el seus objectius:

- Fomentar i promoure la visibilitat de la comunitat LGTBI dins i fora de Catalunya mitjançant les nostres activitats públiques i donar suport a tot tipus d'entitats i associacions, públiques i privades, catalanes i internacionals que defensin els drets LGTB.
- Promoure, fomentar i recolzar iniciatives que fomentin i defensin els drets de les persones LGTBI.

En el marc d'aquest objectiu ACEGAL organitza anualment l'esdeveniment Pride! BCN.

Pride! BCN és un esdeveniment sense afany de lucre que ha esdevingut la celebració de l'Orgull LGTBI de la ciutat de Barcelona.

La seva organització recau formalment sobre ACEGAL tot i que compta amb el recolzament de més de 30 entitats de diferents àmbits LGTBI de Barcelona i Catalunya i, també amb el recolzament institucional de l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Barcelona.

Consolidant-se com a esdeveniment LGTBI referent al mediterrani, en la seva edició del 2019 va atreure més de 400.000 assistents en 15 dies d'activitats.

2. OBJECTE

L'objecte del contracte és del el de prestar els serveis de gestió integral de la comunicació del d'ACEGAL i del projecte Pride! BCN, realitzant la planificació, coordinació, organització i execució de les accions recollides en aquest plec de condicions.

En aquest sentit l'empresa adjudicatària assumirà tots els serveis relacionats amb la planificació, ideació, organització, gestió, execució, creació i assistència tècnica de les accions, aportant tots els recursos tècnics i humans necessaris per al desenvolupament de les mateixes, i garantint a ACEGAL la qualitat i qualificació necessàries per a llur òptima execució.

En tota la documentació, publicitat, imatge o materials especials que, si s'escau, s'hagin aportar els licitadors o que siguin necessaris per a l'execució del contracte, haurà de fer un ús no sexista del llenguatge, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes i fomentar amb valors d'igualtat la presència equilibrada, la diversitat i la coresponsabilitat.

3. PERIODE D'EXECUCIÓ

Per al lot 1: Des de la signatura del contracte i fins el 31 de desembre de 2020.

Per al lot 2: Des de la signatura del contracte i fins al 31 d'octubre de 2020

4. ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.

4.1. LOT 1 - ACEGAL

Els serveis descrits en aquest apartat fan referència al Lot 1: Servei de Gestió de Comunicació per ACEGAL – amb excepció del projecte PRIDE BCN-.

4.1.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.

Gestió de l'àmbit de la comunicació i la publicitat d'ACEGAL des d'un punt de vista ampli, incloent les tasques de comunicació, ideació, disseny de campanyes, dissenys gràfics, adaptacions, execució de les campanyes, etc. de l'associació, llur activitats, campanyes o projectes, s'inclou el projecte Eix Comercial Gaixample, amb excepció del projecte PRIDE BCN que es objecte de contractació del Lot 2.

El contractista assumirà la coordinació de totes les accions, realitzant el pla de treball i l'execució de les accions previstes.

4.1.2. CREACIÓ NOVA IMATGE CORPORATIVA.

El licitador haurà de realitzar la nova imatge corporativa de d'ACEGAL i Eix Comercial Gaixample en base a un *briefing* proporcionat per ACEGAL, incloent el re-naming d'ambdós projectes.

Aquesta proposta haurà d'incloure:

- Proposta de nom, variacions si s'escau i proposta de valor de marca.
- Proposta de logotip¹, amb descripció dels elements que el formen, simbolisme, etc.
- Variacions del logotip, si s'escau.
- Elements visuals que reforcen la imatge corporativa, si s'escau.
- Tipografia corporativa.
- Breu exemples de diferents aplicacions. Com a mínim haurà d'incloure, targeta de visita, carpeta corporativa i papereria.

ACEGAL podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

ACEGAL podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

En la realització de les propostes, ACEGAL podrà sol·licitar al licitador una prova d'impressió de la mateixa. Tots les despeses derivades d'aquesta prova aniran a càrrec del licitador.

Un cop acceptada la proposta per part d'ACEGAL, el licitador haurà d'entregar en el termini màxim de quinze (15) dies els següents elements:

- Logotip i les seves variacions, si s'escau, en format vectorial.
- Elements visuals que reforcin la imatge corporativa, si s'escau, en format vectorial.

¹ En aquest document, l'expressió logotip s'entén des d'un punt de vista ampli, podent incloure en el seu significat les expressions logotip, imagotip, isologotip i isotip.

- Tipografia corporativa (arxiu OTF).
- Manual d'identitat visual.

El manual d'identitat visual, haurà de tenir, com a mínim, el següent índex de contingut:

- A) Simbologia Bàsica**
 - A.1.** Logotip Corporatiu
 - A.2.** Submarques
 - A.3.** Àrea de seguretat i reductibilitat
 - A.4.** Colors corporatius
 - A.5.** Tipografies corporatives

- B) Normes de bon ús de la marca**
 - B.1.** Versions correctes
 - B.2.** Aplicacions correctes
 - B.3.** Aplicacions incorrectes
 - B.4.** Expressió textual de la marca

- C) Aplicacions de la Marca**
 - C.1.** Papereria corporativa
 - C.2.** Carpeta corporativa
 - C.3.** Nota de premsa
 - C.4.** Power Point
 - C.5.** Bloc de Notes
 - C.6.** Altres

Per aquest punt s'hauran de proporcionar dues imatges (logotip, variacions, manual d'identitat visual, etc), diferenciades: una per ACEGAL i una altra per l'Eix Comercial Gaixample

4.1.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,

Ideació, creació i desenvolupament de elements textuais necessaris per al desenvolupament de totes les accions objecte de la licitació.

Aquest punt podrà fer referència tant a textos breus d'estil publicitari (*claim* o eslògan), com a textos més extensos que facilitin altres accions objecte del contracte (proposta de valor de marca, descripció del projecte, continguts web, etc.)

Tots els elements textuais, seguiran les pautes de redacció facilitades per ACEGAL i hauran d'esser aprovades per aquesta.

ACEGAL podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

ACEGAL podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

4.1.4. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS

És objecte de la licitació l'actualització i manteniment del web corporatiu d'ACEGAL del web de Gaixample

El licitador haurà d'actualitzar el web actual d'ACEGAL i de Gaixample en base a la nova imatge corporativa.

El licitador podrà actualitzar els webs existents o bé realitzar la construcció des de zero.

Els webs haurà de tenir, com a mínim, les següents característiques:

- Tres idiomes: Català, castellà i anglès.
- Accessible des dels principals navegadors
- *Responsive*
- URL amigables
- *Keywords* y descripcions dinàmiques pera posicionament (SEO).
- Títols dinàmics enfocats al posicionament (SEO).
- Programació sense llenguatge flash
- Incorporació de *Google Analytics* i Webmaster Tools
- Backoffice simple i eficaç per a la carrega d'actualitzacions.

El *briefing* facilitat per ACEGAL detallarà les diferents seccions del web i una descripció breu del contingut de cada secció, sent responsabilitat del licitador el disseny i redacció i traducció dels continguts.

ACEGAL es reserva el dret de poder incloure els seus propis dissenys, textos i continguts al web.

També forma part de l'objecte del contracte el manteniment i actualització del web durant la durada del mateix.

4.1.5. OFICINA DE PREMSA

Com a part del contracte, el licitador serà encarregat de la relació amb els mitjans de comunicació.

En concret, serà objecte de la licitació, com a mínim, les següents:

4.1.5.1. Interlocució amb la premsa.

El licitador serà l'interlocutor habitual amb els mitjans de comunicació i serà responsable de:

- Atendre la bústia de correu electrònic que ACEGAL posarà a la seva disposició. La gestió d'aquesta bústia es regirà pels principis de veracitat, diligència i cordialitat. Totes les consultes o peticions que es rebien en aquesta bústia hauran de ser ateses en el termini màxim de 24h laborables.

- Organitzar, conjuntament amb ACEGAL, les rodes de premsa que s'escaiguin i fer-se càrrec de la coordinació de l'acte, convocatòria a mitjans, atenció durant la roda de premsa, etc.
- Atendre i gestionar les peticions de premsa (entrevistes, fotografies, etc.) i vehicular-les cap a les persones d'ACEGAL autoritzades a realitzar declaracions de premsa.

4.1.5.2. Notes de Premsa

El licitador serà responsable de redactar notes de premsa amb la informació facilitada per ACEGAL.

Les notes de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les notes de premsa, ACEGAL podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

4.1.5.3. Convocatòries de premsa

El licitador serà responsable de redactar convocatòries de premsa amb la informació facilitada per ACEGAL.

Les convocatòries de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les convocatòries de premsa, ACEGAL podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

El licitador també serà responsable d'entendre als mitjans de comunicació durant l'esdeveniment objecte de la convocatòria, amb els recursos humans i materials necessaris per a realitzar una correcta atenció dels mitjans.

4.1.5.4. Clippings

El licitador serà responsable de realitzar informes (*clippings*) de la campanya, aquests informes hauran d'incloure, com a mínim la següent informació:

- Recull de totes les aparicions del projecte en mitjans de comunicacions (mitjans convencionals i nous mitjans)
- Informe quantitatiu de les aparicions en mitjans, identificant: Mitjà, Tipologia del mitjà, format, durada, audiència i valoració econòmica de l'aparició.

4.1.6. XARXES SOCIALS

El licitador serà responsable de la gestió de les xarxes socials de l'associació i dels projectes que tinguis xarxes socials pròpies.

El licitador haurà de presentar un pla de xarxes socials que prevegi les accions que es duran a terme.

ACEGAL facilitarà un *briefing* informatiu sobre els objectius de les xarxes socials i el missatge a transmetre.

Entre les accions a desenvolupar pel licitador es troben, de forma enunciativa i no limitativa, les següents:

- Disseny de l'estratègia de xarxes socials.
- Creació del contingut
- Publicació d'aquest en les diferents xarxes
- Interacció amb el públic i altres actors connexes.
- Optimització de les xarxes.

ACEGAL, en tot moment, podrà realitzar modificacions en l'estratègia de xarxes socials, estant el licitador obligat a acceptar-les.

Tanmateix, ACEGAL podrà realitzar la seva pròpia gestió de les xarxes quan ho consideri oportú, sens perjudici de les tasques encomanades al licitador en el marc d'aquest contracte.

Amb l'objectiu d'analitzar, monitoritzar i avaluar els resultats obtinguts en l'estratègia realitzada en xarxes i comunicació online, s'elaborarà un informe mensual i un altre de resum a final de la campanya, on es recolliran els resultats tan quantitatius com qualitatius.

Entre els indicadors quantitatius, com a mínim, s'han d'incloure:

FACEBOOK:

- Nombre de publicacions realitzades
- Fans acumulats per gènere, procedència, idioma i nombre de nous seguidors en el període.
- Mitjana d'abast de les publicacions més rellevants.
- Clics per publicació.
- Nombre de publicacions compartides
- Visites a la pàgina
- M'agrada de la pàgina

TWITTER

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de retuit en el període
- Taxa d'interacció

- Nombre d'impressions al dia
- Tuits amb més impressions.

INSTAGRAM

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de m'agrada en el període
- Nombre de comentaris en el període
- Nombre de vegades que es comparteix un contingut
- Publicacions amb més m'agrada.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a ACEGAL, dels costos de contractació de personal, lloguer d'espais, lloguer de material, drets d'imatge, drets de propietat intel·lectual, etc, que siguin necessaris per a la gestió de xarxes socials i el seu contingut.

GESTIÓ DE CRISI

En el marc del contracte, el licitador haurà de desenvolupar un protocol de gestió de crisi de comunicació que prevegi els principals escenaris de crisi (*haters*, notícia negativa, rumors, crítiques i queixes objectives, etc.) i les accions a desenvolupar per reconduir la percepció del públic i evitar efectes bola de neu.

ACEGAL haurà de validar aquest protocol.

4.1.7. GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA

a. Gestió Campanya

El licitador serà encarregat de gestionar la campanya publicitària d'ACEGAL, Gaixample i els seus projectes (en els plecs, també apareix com a campanya de mitjans).

El pressupost disponible per a la campanya publicitària és de 5.000€ (IVA No Inclòs). Aquest pressupost és a banda del pressupost de gestió del contracte. (Punt 3 de l'Annex I del PCA)

ACEGAL no estarà obligada a exhaurir aquest pressupost.

El licitador, amb la seva proposta de licitació, haurà de presentar un pla de mitjans en base a aquest pressupost.

Forma part de l'objecte del contracte el disseny de l'estratègia de mitjans. El licitador haurà d'elaborar l'estratègia i planificació de mitjans de comunicació convencionals i no convencionals de les campanyes publicitàries en funció de l'estratègia, els objectius de màrqueting i les necessitats de comunicació de la campanya de comunicació definits en el *briefing* que ACEGAL lliurarà al licitador.

b. Negociació dels espais publicitaris

El licitador han de pactar els millors descomptes o negociacions amb els grup mediàtics o suports existents, en funció de l'anàlisi de la rendibilitat en funció els paràmetres de mesura: punt de *rating* brut (C/GPR, *gross rating point*), CPM, CPC, CPV, CPA, CPL (Cost per lead o registre), CPI (Cost per instal·lació), la realitat del mercat i els target objectiu de Pride! BCN 2020, segons l'estratègia que ell proposi.

El licitador haurà de garantir els preus oferts per suport en la proposta de licitació.

ACEGAL podrà negociar, per la seva banda i amb independència del contracte, els seus propis acords de publicitat, que aniran a càrrec del pressupost del Pla de mitjans.

- c. Contractació dels espais publicitaris.** El licitador haurà de fer la intermediació i contractació dels espais publicitaris segons les planificacions o negociacions establertes, prèvia validació d'ACEGAL.

El licitador serà responsable de realitzar tot el contingut (disseny, elements textuais, guions, peces audiovisuals, etc.) necessaris per a la inserció publicitària tal com s'especifica en el punt 3.3 i 3.4 del present PPT.

- d. La contractació d'accions especials, l'organització d'esdeveniments, accions de relacions públiques i accions de màrqueting de carrer,** sempre que s'emmarquin en l'estratègia de comunicació i màrqueting de la campanya. Aquestes accions poden incloure, si fos necessària, la ideació, planificació, gestió, disseny i creativitat de peces de comunicació de l'acció, la producció de peces de comunicació i la implementació, la contractació de personal, com pot ser informadors, promotors, personal d'assistència al públic, serveis de càtering, seguretat i tot allò que l'acció requereixi, així com el seguiment i avaluació de les accions.
- e. La contractació d'accions de màrqueting relacional en línia (online) i fora de línia (offline),** que poden incloure la planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació.
- f. La contractació d'accions de comunicació digitals de tot tipus,** com poden ser accions en mitjans digitals, portals, xarxes socials, accions de SEM, col·laboració amb creadors d'opinió (*influencers*), etc. que poden incloure l'estratègia, la planificació, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació, així com l'assessorament sobre innovacions i la formació per a nous formats i canals.

La contractació d'accions de comunicacions en xarxes socials poden ser accions de redireccionament de trànsit, foment de la interacció (*engagement*) o captació d'usuaris, entre d'altres, ja sigui de forma puntual o regular al llarg de la campanya. Es queraria tipologia d'anunci proposat i cost de la conversió dels objectius.

En les accions de comunicació SEM, es requereix:

- Segmentació per perfils demogràfics segons especificacions del *briefing*.
- Llista de paraules clau seleccionades amb dades de volum de trànsit per al nostre segment i CPC per paraula clau.

- Grup d'anuncis proposat.
- Cost de la conversió en funció dels objectius especificats al briefing.

g. Seguiment de les campanyes o qualsevol tipus d'accions abans esmentades amb la post avaluació, de la publicitat ordenada per ACEGAL. El licitador haurà de fer seguiment de la publicitat ordenada i comprovar que apareixen en els diferents mitjans de comunicació segons les ordres específiques d'ACEGAL i aportar els resultats d'aquesta publicitat, mitjançant els estudis d'audiència pertinents.

- En el cas de televisió i d'internet és necessari un seguiment mínim setmanal de les audiències o freqüència menor si la campanya ho requereix.
- A les xarxes socials, el seguiment s'ha d'especificar segons les necessitats temporals (quinzenal, setmanal, i es pot indicar la freqüència diària sota demanda) segons indicadors globals i específics de cada acció. En els informes de seguiment s'ha d'indicar el nombre de persones sobre les quals s'ha impactat, nombre d'impressions i nombre d'interaccions per publicació (comentaris, m'agrada, respostes, retuits, compartits, nous seguidors, etc).

h. Facturació.

El licitador ha de presentar de forma mensual, entre els dies 1 i 10 del mes següent a l'aparició de la publicitat ordenada. ACEGAL abonarà aquesta factura en un termini màxim de 30 dies des de la recepció de la mateixa.

Prèviament a la presentació de la factura, el licitador presentarà a ACEGAL un document Excel que recollirà un resum de les insercions publicitàries que s'hauran incloure en la factura, per a que ACEGAL ho validi.

ACEGAL facilitarà un document Excel model.

4.1.8. GESTIÓ DEL PATROCINI

Formarà part de l'objecte del contracte la definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació d'aquells patrocinadors més adients per al projecte, valorant el valor que aporten.

La gestió de patrocini no es realitzarà en exclusiva pel licitador, tenint ACEGAL una política activa de captació de patrocini, per això el licitador s'haurà de coordinar prèviament amb ACEGAL abans de realitzar qualsevol contacte amb terceres empreses o institucions que siguin patrocinadors potencials.

Tots els patrocini s'hauran de formalitzar mitjançant contracte privat entre ACEGAL i el patrocinador.

FACTURACIÓ DE LA GESTIÓ DEL PATROCINI

La definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació de patrocinadors potencials així com el desenvolupament de materials informatius es

considera part de l'objecte del contracte i serà retribuït dintre del pressupost de la licitació.

Adicionalment ACEGAL abonarà una comissió per intermediació d'aquells patrocinis que acabin formalitzant-se en contracte.

Aquesta comissió s'abonarà en euros i serà l'equivalent al 10% de l'aportació total anual del patrocinador, abans d'impostos.

En el cas d'aportacions en espècie, aquesta aportació serà valorada econòmicament seguint els següents criteris:

- Es demanaran tres pressupostos a proveïdors reconeguts per al mateix bé o servei que hagi aportat el patrocinador.
- Es farà la mitja aritmètica dels tres pressupostos.
- El nombre resultant, serà l'import en que es valora l'aportació en espècie.

Quan per raó de la seva naturalesa o característiques, l'aportació en espècie sigui aportada per un proveïdor exclusiu i, per tant, no es puguin demanar pressupostos a diferents proveïdors, ACEGAL determinarà la valoració econòmica de l'aportació.

Si el licitador no estigués conforme amb la valoració econòmica realitzada per ACEGAL, podrà demanar la valoració d'un professional independent. Aquest professional serà de l'elecció d'ACEGAL i la seva remuneració anirà a càrrec del licitador.

4.2. LOT 2 – PRIDE BARCELONA

Els serveis descrits en aquest apartat fan referència al Lot 2: Servei de Gestió de Comunicació del projecte PRIDE BCN 2020.

4.2.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.

Gestió de l'àmbit de la comunicació i la publicitat d'ACEGAL des d'un punt de vista ampli. El contractista assumirà la coordinació de totes les accions, realitzant el pla de treball i l'execució de les accions previstes.

4.2.2. CREACIÓ IMATGE EDICIÓ 2020

És objecte de la licitació la creació de la imatge (el cartell principal) de l'edició 2020 en base al *briefing* que realitzarà ACEGAL.

S'entén la creació des d'un punt de vista ampli, incloent les fases de ideació, gestió, producció, disseny, etc.

ACEGAL podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

ACEGAL podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

En la realització de les propostes, ACEGAL podrà sol·licitar al licitador una prova d'impressió de la mateixa. Tots les despeses derivades d'aquesta prova aniran a càrrec del licitador.

Un cop acceptada la proposta per part d'ACEGAL, el licitador haurà d'entregar en el termini màxim de quinze (15) dies els següents elements.

- Cartell principal, en mida DIN A3 i format vectorial.
- Altres versions detallades al briefing.

També serà objecte de la licitació l'adaptació de totes les aplicacions necessàries per a la campanya, tals com flyers, roll-ups, lones de mitjà i gran format, banderoles, tòtems, cartells, marxandatge, etc. entre d'altres.

El briefing detallarà les característiques principals d'aquest cartell i les diferents versions que s'hauran de realitzar.

Un cop entregats els lliurables indicats al briefing, ACEGAL podrà demanar al licitador les adaptacions del disseny per a diferents aplicacions, aquestes sol·licituds es faran per correu electrònic al licitador, quedant aquest obligat a entregar-les en el termini màxim de 7 dies naturals.

Al finalitzar l'esdeveniment, el licitador serà responsable de creació d'una imatge "Save The Date 2021" que convidi a l'edició del 2021.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a ACEGAL, dels costos de contractació de personal, lloguer d'espais, lloguer de material, drets d'imatge, drets de propietat intel·lectual, etc, que siguin necessaris per al desenvolupament de la proposta d'imatge o altres elements de campanya.

PROGRAMA DE MÀ

Dintre dels serveis a prestar en concepte de Creació d'imatge de l'edició de 2020, s'inclou el disseny i maquetació del programa de mà de l'edició 2020.

El licitador haurà de dissenyar i maquetar el programa de mà de Pride! BCN 2020, seguint les indicacions que ACEGAL lliurarà al licitador a tal efecte.

El licitador serà responsable de traducció del contingut al anglès i al castellà, sense càrrec addicional per ACEGAL.

ACEGAL podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

ACEGAL podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

No són objecte del contracte els treballs d'impressió, sí que queda dintre de l'objecte del contracte la preparació del disseny per a impressió (adaptació i/o preparació de l'arxiu o arxius als requeriments tècnics necessaris per la impremta).

4.2.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,

Ideació, creació i desenvolupament de elements textuais necessaris per al desenvolupament de totes les accions objecte de la licitació.

Aquest punt podrà fer referència tant a textos breus d'estil publicitari (*claim* o eslògan), com a textos més extensos que facilitin altres accions objecte del contracte (proposta de valor de marca, descripció del projecte, continguts web, etc.)

Tots els elements textuais, seguiran les pautes de redacció facilitades per ACEGAL i hauran d'esser aprovades per aquesta.

ACEGAL podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

ACEGAL podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

4.2.4. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEB EDICIÓ 2020

Actualització i manteniment de la pàgina web de Pride! BCN en base al *briefing* realitzat per ACEGAL.

El web haurà de tenir, com a mínim, les següents característiques:

- Tres idiomes: Català, castellà i anglès.
- Accessible des dels principals navegadors
- *Responsive*
- URL amigables
- *Keywords* y descripcions dinàmiques pera posicionament (SEO).
- Títols dinàmics enfocats al posicionament (SEO).
- Programació sense llenguatge flash
- Incorporació de *Google Analytics* i *Webmaster Tools*
- Backoffice simple i eficaç per a la carrega d'actualitzacions.

El *briefing* facilitat per ACEGAL detallarà les diferents seccions del web i una descripció breu del contingut de cada secció, sent responsabilitat del licitador el disseny i redacció dels continguts.

ACEGAL es reserva el dret de poder incloure els seus propis dissenys, textos i continguts al web.

També forma part de l'objecte del contracte el manteniment i actualització del web durant la durada del mateix.

Al finalitzar la campanya, el licitador serà responsable d'editar els continguts del web per tal que convidin a la propera edició (Save the date 2021), eliminant tot aquell contingut obsolet.

4.2.5. OFICINA DE PREMSA

Com a part del contracte, el licitador serà encarregat de la relació amb els mitjans de comunicació.

En concret, serà objecte de la licitació, com a mínim, les següents:

4.2.5.1. Interlocució amb la premsa.

El licitador serà l'interlocutor habitual amb els mitjans de comunicació i serà responsable de:

- Atendre la bústia de correu electrònic que ACEGAL posarà a la seva disposició. La gestió d'aquesta bústia es regirà pels principis de veracitat, diligència i cordialitat.
Totes les consultes o peticions que es rebin en aquesta bústia hauran de ser ateses en el termini màxim de 24h laborables.
- Organitzar, conjuntament amb ACEGAL, les rodes de premsa que s'escaiguin i fer-se càrrec de la coordinació de l'acte, convocatòria a mitjans, atenció durant la roda de premsa, etc.
- Entre el 1 de maig i el 15 de juliol de 2020, el licitador haurà de disposar d'un telèfon d'atenció a la premsa. Aquest telèfon, tindrà les característiques següents:
 - Horari fixe d'atenció, en dies laborables (dilluns a divendres) de, com a mínim 4, hores diàries.
 - Entre els dies 23 de juny i 1 de juliol de juliol, l'atenció haurà de ser de, com a mínim, 8 hores diàries.
 - Atenció en català, castellà i anglès.
- Atendre i gestionar les peticions de premsa (entrevistes, fotografies, etc.) i vehicular-les cap a les persones d'ACEGAL autoritzades a realitzar declaracions de premsa.

4.2.5.2. Notes de Premsa

El licitador serà responsable de redactar notes de premsa amb la informació facilitada per ACEGAL.

Les notes de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les notes de premsa, ACEGAL podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

4.2.5.3. Convocatòries de premsa

El licitador serà responsable de redactar convocatòries de premsa amb la informació facilitada per ACEGAL.

Les convocatòries de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les convocatòries de premsa, ACEGAL podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

El licitador també serà responsable d'entendre als mitjans de comunicació durant l'esdeveniment objecte de la convocatòria, amb els recursos humans i materials necessaris per a realitzar una correcta atenció dels mitjans.

4.2.5.4. Clippings

El licitador serà responsable de realitzar informes (*clippings*) de la campanya, aquests informes hauran d'incloure, com a mínim la següent informació:

- Recull de totes les aparicions del projecte en mitjans de comunicacions (mitjans convencionals i nous mitjans)
- Informe quantitatiu de les aparicions en mitjans, identificant: Mitjà, Tipologia del mitjà, format, durada, audiència i valoració econòmica de l'aparició.

4.2.6. XARXES SOCIALS

El licitador serà responsable de la gestió de les xarxes socials del projecte Pride! BCN 2020, des de la signatura del contracte i fins el 31 d'octubre de 2020.

El licitador haurà de presentar un pla de xarxes socials que prevegi les accions que es duran a terme.

ACEGAL facilitarà un *briefing* informatiu sobre els objectius de les xarxes socials i el missatge a transmetre.

Entre les accions a desenvolupar pel licitador es troben, de forma enunciativa i no limitativa, les següents:

- Disseny de l'estratègia de xarxes socials.
- Creació del contingut
- Publicació d'aquest en les diferents xarxes
- Interacció amb el públic i altres actors connexes.
- Optimització de les xarxes.

ACEGAL, en tot moment, podrà realitzar modificacions en l'estratègia de xarxes socials, estant el licitador obligat a acceptar-les.

Tanmateix, ACEGAL podrà realitzar la seva pròpia gestió de les xarxes quan ho consideri oportú, sens perjudici de les tasques encomanades al licitador en el marc d'aquest contracte.

Amb l'objectiu d'analitzar, monitoritzar i avaluar els resultats obtinguts en l'estratègia realitzada en xarxes i comunicació online, s'elaborarà un informe mensual i un altre de resum a final de la campanya, on es recolliran els resultats tan quantitius com qualitius.

Entre els indicadors quantitius, com a mínim, s'han d'incloure:

FACEBOOK:

- Nombre de publicacions realitzades
- Fans acumulats per gènere, procedència, idioma i nombre de nous seguidors en el període.
- Mitjana d'abast de les publicacions més rellevants.
- Clics per publicació.
- Nombre de publicacions compartides
- Visites a la pàgina
- M'agrada de la pàgina

TWITTER

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de retuit en el període
- Taxa d'interacció
- Nombre d'impressions al dia
- Tuits amb més impressions.

INSTAGRAM

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de m'agrada en el període
- Nombre de comentaris en el període
- Nombre de vegades que es comparteix un contingut
- Publicacions amb més m'agrada.

Durant els esdeveniments principals del Pride! BCN (a definir en el *briefing* informatiu) es requerirà la cobertura en directe de les xarxes, fent publicacions sobre l'acte, pujada de fotos al moment o emissió de vídeos *live*, entre d'altres.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a ACEGAL, dels costos de contractació de personal, lloguer d'espais, lloguer de material, drets d'imatge, drets de propietat intel·lectual, etc, que siguin necessaris per a la gestió de xarxes socials i el seu contingut.

GESTIÓ DE CRISI

En el marc del contracte, el licitador haurà de desenvolupar un protocol de gestió de crisi de comunicació que prevegi els principals escenaris de crisi (*haters*, notícia negativa, rumors, crítiques i queixes objectives, etc.) i les accions a desenvolupar per reconduir la percepció del públic i evitar efectes bola de neu.

ACEGAL haurà de validar aquest protocol.

4.2.7. GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA

i. Gestió Campanya

El licitador serà encarregat de gestionar la campanya publicitària del projecte Pride! BCN 2020 (en els plecs, també apareix com a campanya de mitjans).

El pressupost disponible per a la campanya publicitària és de 10.000€ (IVA No Inclòs). Aquest pressupost és a banda del pressupost de gestió del contracte. (Punt 3 de l'Annex I del PCA)

ACEGAL no estarà obligada a exhaurir aquest pressupost.

El licitador, amb la seva proposta de licitació, haurà de presentar un pla de mitjans en base a aquest pressupost.

Forma part de l'objecte del contracte el disseny de l'estratègia de mitjans. El licitador haurà d'elaborar l'estratègia i planificació de mitjans de comunicació convencionals i no convencionals de les campanyes publicitàries en funció de l'estratègia, els objectius de màrqueting i les necessitats de comunicació de la campanya de comunicació definits en el *briefing* que ACEGAL lliurarà al licitador.

j. Negociació dels espais publicitaris

El licitador han de pactar els millors descomptes o negociacions amb els grup mediàtics o suports existents, en funció de l'anàlisi de la rendibilitat en funció els paràmetres de mesura: punt de *rating* brut (C/GPR, *gross rating point*), CPM, CPC, CPV, CPA, CPL (Cost per lead o registre), CPI (Cost per instal·lació), la realitat del mercat i els target objectiu de Pride! BCN 2020, segons l'estratègia que ell proposi.

El licitador haurà de garantir els preus oferts per suport en la proposta de licitació.

ACEGAL podrà negociar, per la seva banda i amb independència del contracte, els seus propis acords de publicitat, que aniran a càrrec del pressupost del Pla de mitjans.

- k. Contractació dels espais publicitaris.** El licitador haurà de fer la intermediació i contractació dels espais publicitaris segons les planificacions o negociacions establertes, prèvia validació d'ACEGAL.

El licitador serà responsable de realitzar tot el contingut (disseny, elements textuais, guions, peces audiovisuals, etc.) necessaris per a la inserció publicitària tal com s'especifica en el punt 3.3 i 3.4 del present PPT.

- l. La contractació d'accions especials, l'organització d'esdeveniments, accions de relacions públiques i accions de màrqueting de carrer,** sempre que s'emmarquin en l'estratègia de comunicació i màrqueting de la campanya. Aquestes accions poden incloure, si fos necessària, la ideació, planificació, gestió, disseny i creativitat de peces de comunicació de l'acció, la producció de peces de comunicació i la implementació, la contractació de personal, com pot ser informadors, promotors, personal d'assistència al públic, serveis de càtering, seguretat i tot allò que l'acció requereixi, així com el seguiment i avaluació de les accions.
- m. La contractació d'accions de màrqueting relacional en línia (online) i fora de línia (offline),** que poden incloure la planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació.
- n. La contractació d'accions de comunicació digitals de tot tipus,** com poden ser accions en mitjans digitals, portals, xarxes socials, accions de SEM, col·laboració amb creadors d'opinió (*influencers*), etc. que poden incloure l'estratègia, la planificació, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació, així com l'assessorament sobre innovacions i la formació per a nous formats i canals.

La contractació d'accions de comunicacions en xarxes socials poden ser accions de redireccionament de trànsit, foment de la interacció (*engagement*) o captació d'usuaris, entre d'altres, ja sigui de forma puntual o regular al llarg de la campanya. Es queraria tipologia d'anunci proposat i cost de la conversió dels objectius.

En les accions de comunicació SEM, es requereix:

- Segmentació per perfils demogràfics segons especificacions del *briefing*.
- Llista de paraules clau seleccionades amb dades de volum de trànsit per al nostre segment i CPC per paraula clau.
- Grup d'anuncis proposat.
- Cost de la conversió en funció dels objectius especificats al *briefing*.

- o. Seguiment de les campanyes o qualsevol tipus d'accions abans esmentades amb la post avaluació, de la publicitat ordenada per ACEGAL.** El licitador haurà de fer seguiment de la publicitat ordenada i comprovar que apareixen en els diferents mitjans de comunicació segons les ordres específiques d'ACEGAL i aportar els resultats d'aquesta publicitat, mitjançant els estudis d'audiència pertinents.

- En el cas de televisió i d'internet és necessari un seguiment mínim setmanal de les audiències o freqüència menor si la campanya ho requereix.
- A les xarxes socials, el seguiment s'ha d'especificar segons les necessitats temporals (quinzenal, setmanal, i es pot indicar la freqüència diària sota demanda) segons indicadors globals i específics de cada acció. En els informes de seguiment s'ha d'indicar el nombre de persones sobre les quals s'ha impactat, nombre d'impressions i nombre d'interaccions per publicació (comentaris, m'agrada, respostes, retuits, compartits, nous seguidors, etc.

p. Facturació.

El licitador ha de presentar de forma mensual, entre els dies 1 i 10 del mes següent a l'aparició de la publicitat ordenada. ACEGAL abonarà aquesta factura en un termini màxim de 30 dies des de la recepció de la mateixa.

Prèviament a la presentació de la factura, el licitador presentarà a ACEGAL un document Excel que recollirà un resum de les insercions publicitàries que s'hauran incloure en la factura, per a que ACEGAL ho validi.

ACEGAL facilitarà un document Excel model.

4.2.8. GESTIÓ DEL PATROCINI

Formarà part de l'objecte del contracte la definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació d'aquells patrocinadors més adients per al projecte, valorant el valor que aporten a l'esdeveniment.

La gestió de patrocini no es realitzarà en exclusiva pel licitador, tenint ACEGAL una política activa de captació de patrocini, per això el licitador s'haurà de coordinar prèviament amb ACEGAL abans de realitzar qualsevol contacte amb terceres empreses o institucions que siguin patrocinadors potencials.

Tots els patrocini s'hauran de formalitzar mitjançant contracte privat entre ACEGAL i el patrocinador.

FACTURACIÓ DE LA GESTIÓ DEL PATROCINI

La definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació de patrocinadors potencials així com el desenvolupament de materials informatius es considera part de l'objecte del contracte i serà retribuït dintre del pressupost de la licitació.

Adicionalment ACEGAL abonarà una comissió per intermediació d'aquells patrocini que acabin formalitzant-se en contracte.

Aquesta comissió s'abonarà en euros i serà l'equivalent al 10% de l'aportació total anual del patrocinador, abans d'impostos.

En el cas d'aportacions en espècie, aquesta aportació serà valorada econòmicament seguint els següents criteris:

- Es demanaran tres pressupostos a proveïdors reconeguts per al mateix bé o servei que hagi aportat el patrocinador.
- Es farà la mitja aritmètica dels tres pressupostos.
- El nombre resultant, serà l'import en que es valora l'aportació en espècie.

Quan per raó de la seva naturalesa o característiques, l'aportació en espècie sigui aportada per un proveïdor exclusiu i, per tant, no es puguin demanar pressupostos a diferents proveïdors, ACEGAL determinarà la valoració econòmica de l'aportació.

Si el licitador no estigués conforme amb la valoració econòmica realitzada per ACEGAL, podrà demanar la valoració d'un professional independent. Aquest professional serà de l'elecció d'ACEGAL i la seva remuneració anirà a càrrec del licitador.

5. EXECUCIÓ

El Licitador estarà obligat a confeccionar un pla de treball calendaritzat que haurà de ser validat per ACEGAL, en aquest pla de treball s'inclouran les dates d'entrega dels diferents elements lliurables inclosos en el contracte (dissenys, plans de mitjans, etc.)

Així mateix, haurà de designar un cap de projecte que serà l'interlocutor amb ACEGAL.

6. MILLORES

El licitador podrà incloure en la seva proposta les millores que consideri adients que suposin un millor o major resultat.

El licitador haurà d'incloure les millores en una secció diferenciada de la proposta i deurà justificar perquè considera que la proposta de millora aporta un major valor a la proposta.

Les millores hauran de ser incloses en el sobre B (Criteris subjectes a judici de valor) i seran valorades d'acord amb el que preveu el punt 21 de l'Annex I del PCA.

7. DOCUMENTACIÓ QUE HAURÀ D'INCLoure LA PROPOSTA

La proposta presentada pel licitador haurà d'incloure, com a mínim, els següents punts:

Lot 1:

- Metodologia proposada per implementar el servei.
- Proposta de idea de logotip (Aquest punt fa referència als treballs descrits en el punt 4.1.1 del PPT).

IMPORTANT: Per aquest punt no es demana una proposta definitiva sinó una aproximació del que podria ser la proposta de logotip, exemples de referència, altres treballs realitzats pel licitador que poden assimilar-se a la proposta, etc.

- Pla operatiu, que inclogui la fase gestió, metodologia de treball, estructura organitzativa i proposta de treball calendaritzat.
- Descripció de les estratègies de comunicació i relacions públiques, amb detall als serveis de gestió integral de la comunicació, gestió de premsa i gestió de xarxes socials.
- Organigrama funcional de l'equip humà que treballarà en el contracte.
- Portfoli de treballs rellevants.
- Experiència en projectes LGTBI.
- Millores

Lot 2

- Metodologia proposada per implementar el servei.
- Pla operatiu, que inclogui la fase gestió, metodologia de treball, estructura organitzativa i proposta de treball calendaritzat.
- Descripció de les estratègies de comunicació i relacions públiques, amb detall als serveis de gestió integral de la comunicació, gestió de premsa, gestió de xarxes socials i gestió del patrocini.
- Organigrama funcional de l'equip humà que treballarà en el contracte.
- Portfoli de treballs rellevants.
- Experiència en projectes LGTBI.
- Millores

8. RESOLUCIÓ DE DUBTES

Les empreses interessades en participar del procediment poden dirigir el seus dubtes a l'oficina tècnica per correu electrònic o bé concertar una entrevista amb el tècnic responsable del contracte.

Les peticions es faran per correu electrònic a administracio@acegal.org

Per ACEGAL

Pel licitador