

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE CONCEPTUALITZACIÓ, DISSENY DE LA IMATGE CORPORATIVA I EXECUCIÓ DE LES ACCIONS DE COMUNICACIÓ DE L'ESDEVENIMENT REACT 2023

1. INTRODUCCIÓ

La Gerència d'Economia, Recursos i Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, on s'integra Barcelona Activa, organitzarà la tercera edició de les Jornades de Reactivació Econòmica "ReAct 2023" a finals del mes de març del 2023 (data encara per confirmar) amb l'objectiu de consolidar un espai de debat i de mobilització del teixit productiu i ciutadà per a la promoció econòmica de la ciutat.

L'objectiu del Barcelona ReAct és, en primer lloc, explicar en quin estat es troba la nova agenda econòmica per a Barcelona per a la propera dècada, el Barcelona *Green Deal*. Aquest full de ruta marca la visió de promoció econòmica competitiva i sostenible. A més, l'esdeveniment servirà per compartir l'agenda de transformació econòmica amb la ciutadania, amb experts internacionals i amb els principals operadors globals, i per reafirmar Barcelona com una ciutat global on invertir o desenvolupar projectes vitals, professionals o de recerca i de creació de talent internacional.

Aquest esdeveniment ja s'ha realitzat dues vegades.

La primera edició d'aquest esdeveniment es va dur a terme l'any 2021 i va suposar la participació de:

- 168 ponents
- 1048 persones registrades
- 2540 persones van seguir les sessions on-line
- 690 persones van assistir presencialment

La segona edició es va dur a terme l'any 2022 i va suposar la participació de:

- 79 ponents
- 1331 persones registrades
- 1.500 persones van assistir presencialment

Aquest esdeveniment es caracteritza per:

- Proposar un format i continguts innovadors
- Combinar elements presencials amb virtuals
- Que hi pugui haver participació de la ciutadania i dels sectors econòmics de la ciutat
- Que hi hagi implicació d'actors internacionals, com ara ciutats amb característiques semblants a Barcelona i organismes internacionals vinculats amb el desenvolupament econòmic i agenda urbana

Data i ubicació

L'esdeveniment es farà al març de 2023, tot i que les dates poden variar en funció de de l'agenda municipal.

L'horari previst de les conferències és de 10 a 18h dimecres i dijous i de 10-14h el divendres.

L'esdeveniment tindrà lloc l'auditori del Disseny *Hub* (<https://ajuntament.barcelona.cat/dissenyhub/ca>), com a seu central i més a més permetrà la participació de tota la ciutadania i agents implicats per mitjans virtuals/digitals.

Es preveu la realització d'altres debats o sessions paral·leles en escenaris a determinar amb un màxim de 4 indrets diferents de la ciutat de Barcelona i que poden ser en espais tant interiors com exteriors. Caldrà tenir-ho previst de cara al disseny d'aquests espais per tal que mantinguin la identitat corporativa de l'esdeveniment.

L'esdeveniment respectarà totes les normes higièniques i de seguretat així com i altres restriccions que es trobin en vigor en el moment de realitzar l'acte i la seva planificació haurà de tenir en compte les possibles eventualitats que es puguin donar segons la normativa que s'apliqui en el moment de la realització de l'esdeveniment.

2. OBJECTIUS DE L'ESDEVENIMENT

Objectiu principal: crear un espai de reflexió sobre el paper de la ciutat i dels seus actors en l'economia que serveixi de full de ruta compartit per a la recuperació econòmica de Barcelona.

Altres objectius

- Donar a conèixer les polítiques de promoció econòmica de la ciutat en general i el full de ruta Barcelona *Green Deal* en particular, destacant els principals projectes de ciutat, molts d'ells de gran envergadura i que suposaran un pas endavant molt significatiu per la ciutat de Barcelona i la seva ciutadania. Cal transmetre un sentiment il·lusionant cap a aquests projectes. La ciutat té un full de ruta, sap on va.
- Connectar amb actors internacionals i projectar una imatge positiva de la ciutat en l'àmbit econòmic i empresarial.
- Afavorir la coordinació dels sectors econòmics i les polítiques públiques de promoció per combatre la crisi.
- Mostrar capacitat de lideratge per part de la ciutat per conduir la transformació econòmica i posicionar l'Ajuntament com a entitat tractora i líder en la sortida de la crisi.

3. PÚBLIC OBJECTIU

El públic objectiu principal de l'esdeveniment és la ciutadania de Barcelona i la seva àrea metropolitana, amb especial èmfasi en les persones vinculades i/o interessades en els sectors econòmics clau de la ciutat i la seva àrea metropolitana.

Adicionalment, és important que l'esdeveniment arribi a:

- El teixit empresarial i comercial de la ciutat.
- La comunitat econòmica internacional de Barcelona.
- Actors internacionals vinculats al desenvolupament econòmic, l'agenda urbana i l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible.

4. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte de la present licitació és disposar d'una agència de comunicació que formi part del grup de treball de l'esdeveniment ReAct 2023 per desenvolupar totes les accions relacionades amb la identitat corporativa de l'esdeveniment, el pla de comunicació i l'execució del mateix, abans, durant i després de la seva realització.

De forma més concreta, s'encarrega:

a) Adaptació de la imatge gràfica de l'esdeveniment i totes les seves declinacions

Ja existeix un nom i una identitat corporativa creada per l'esdeveniment de 2022, que s'adjunta a continuació:



En aquest sentit, existeix un consens generalitzat de què tant el nom com el logotip de l'edició anterior es volen mantenir, ja que generen imatge i reconeixement de marca. A partir d'aquest logotip anterior,



l'empresa escollida s'encarregarà del disseny i adaptació de totes les peces de comunicació que es decideixin, de forma recurrent durant el temps de vigència del contracte, *on* i *offline*.

A l'hora de redactar el present plec encara hi ha decisions per acabar de prendre pel que respecta, per exemple, al pla de mitjans i que condicionarà el nombre total d'adaptacions. Tot i això, es preveuen un mínim de peces com les següents: banderoles, opis, autobusos, anuncis de premsa (fins a 15 formats diferents), trasseres per la roda de premsa, adaptacions a xarxes socials, disseny de la decoració dels espais del *DHub* (Auditori i tres sales), decoració / cartelleria d'espais exteriors (fins a 4 espais dins de la ciutat), decoració per a espais pels sopars i *coffee-break*, acreditacions, altres peces o espais no previstes en el present contracte fins a un màxim de 7 (fons de pantalla, pantalles led dels quioscos de Rambla, pantalles de biblioteques i centres cívics o altres equipaments).

En el cas de les adaptacions destinades a comunicació online, l'empresa adjudicatària haurà de fer-ne el lliurament a través del servidor d'anuncis (ad server) que indiqui l'Ajuntament de Barcelona, normalment la plataforma "SIZMEK".

També s'haurà de realitzar l'adaptació del mapa del ReAct (mapa de Barcelona on es mostren els projectes que s'expliquen a l'esdeveniment) que es reparteix físicament en cada edició, incorporant nous punts al mapa i fent les edicions que siguin necessàries, i contractar una il·lustració per la cara inversa del mapa. L'il·lustrador es consensuarà amb l'equip responsable del projecte.

A mode d'exemple, l'any 2021 es van dur a terme 137 adaptacions. En aquest contracte es preveu un nombre màxim de 150 adaptacions.

b) Plataforma web per a la difusió de l'esdeveniment

L'empresa guanyadora s'encarregarà d'actualitzar la pàgina barcelona.cat/react amb tota la informació de la nova edició del 2023. S'encarregarà de generar els *wireframes* i modificacions de la nova edició de l'esdeveniment i s'encarregarà del manteniment i introducció de continguts abans, durant i després que servirà com a espai de difusió del mateix. A tal efecte, farà servir el gestor de continguts actual que utilitza l'Ajuntament de Barcelona: Drupal 9.

El web actual del projecte és: barcelona.cat/react

L'empresa guanyadora també s'haurà d'encarregar, dins d'aquest web, d'elaborar un nou apartat de repositori de les edicions del 2021 i del 2022, incorporant i volcant des de les webs anteriors tota la informació següent: dies que es van realitzar les jornades, programa de les jornades, sessions (amb descripció de cada jornada, imatges i vídeos de cada jornada), ponents amb foto i descripció i sessions en les que han participat, i repositori de comunicació.

Pel que respecta a l'al·lotjament del web, està en els servidors de l'Ajuntament de Barcelona, raó per la qual aquest projecte es desenvoluparà seguint les directrius del departament d'Internet de l'Ajuntament.

S'adjunta enllaç a la [Guia de comunicació digital](#), on s'hi troben, entre altres:

- Guies d'estil gràfic per a webs
- Guies d'estil de desenvolupament de webs **Drupal** (el nou web ha d'estar desenvolupat en Drupal 9)
- Guia d'accessibilitat

Aquesta plataforma ha reunir, com a mínim, les següents característiques:

- Ha d'adaptar-se a la imatge gràfica de l'Ajuntament de Barcelona i respondre als requeriments tècnics indicats per l'Ajuntament de Barcelona pel que fa a les seves pàgines web.
- Ha d'estar vinculat a un API que permeti actualitzar, a la secretaria tècnica, els ponents i informació de les jornades de manera automàtica (prèvia revisió del gestor de continguts de l'empresa guanyadora).
- Ha de permetre la gestió d'assistents online, que hauran de poder registrar-se i accedir online a l'esdeveniment a través de la plataforma.



- Ha de permetre oferir informació sobre l'esdeveniment al públic en general: programa, ponents, informacions pràctiques,...
- Ha de permetre seguir l'esdeveniment de forma virtual: accés a sales virtuals que integrin serveis externs (*Zoom*, *Teams* o similars), accés a continguts relacionats.
- Ha de permetre veure el contingut de les ponències en diferit de manera immediata a la seva finalització.
- Ha de permetre emetre vídeo-càpsules amb l'edició del "Més destacat" de cada ponència.
- Ha d'incorporar un espai per mostrar els diferents *feeds* de xarxes socials.
- Durant la duració del contracte, i un cop passat l'esdeveniment, ha de servir d'espai de difusió de continguts generats durant l'esdeveniment o directament relacionats.
- S'haurà d'integrar en la web municipal a través d'un subdomini, segons indiqui el responsable del contracte per part de l'Ajuntament de Barcelona.

En tot cas, quan l'empresa licitadora comenci l'execució del projecte, es reunirà amb la persona responsable del departament d'Internet de l'Ajuntament de Barcelona, per tal d'acabar de definir els aspectes tècnics, calendaris i els protocols de treball necessaris per a dur a terme la feina amb garantia.

L'Agència de Comunicació serà l'encarregada de redactar tots els continguts (en català, castellà i anglès) inclosos en la pàgina web i ha de vetllar pel seu manteniment i actualització en tot moment i, especialment, durant la realització de les jornades.

Aquesta pàgina web ha d'estar en funcionament durant la segona setmana de gener de 2022.

c) Pla de comunicació i difusió

L'empresa adjudicatària haurà de dissenyar i executar un pla de comunicació integral del projecte que tingui una perspectiva global i un pla d'accions clarament vinculat als continguts proposats a la licitació. Aquest pla de comunicació serà compartit i consensuat amb la Secretaria Tècnica de l'esdeveniment i les persones responsables de l'Ajuntament de Barcelona.

Per la implementació d'aquest pla de comunicació, es crearà un Comitè editorial de seguiment del mateix, on estaran els agents indicats en el paràgraf anterior.

El Pla de comunicació ha de tenir en compte, com a mínim, els següents aspectes:

- Definició i redacció del relat i els seus missatges clau. El llenguatge de la comunicació haurà de ser clar, que se centri en les necessitats del públic objectiu, allunyant-se dels clixés i gratuïtats expressives i que, alhora, sigui engrescador, per fomentar la crida a l'acció: consultar l'espai web, participar del debat que es generi, etc.
- Una proposta de valor per cadascun dels públics objectius als quals s'adreça l'esdeveniment. Les raons per assistir-hi, seguir-lo, connectar-se.
- Proposta d'estratègia de mitjans, canals (xarxes on cal impactar) i públics (s'acabarà de consensuar a posteriori amb l'Ajuntament de Barcelona). Es valorarà positivament el suggeriment d'aquelles xarxes socials on s'hagi d'estar present per aconseguir els resultats desitjats (estiguin o no actives en aquests moments)
- Proposta d'acords amb entitats, empreses i/o institucions per difondre les jornades de manera conjunta. L'empresa definirà (conjuntament amb l'Ajuntament de Barcelona) quines entitats, empreses o institucions poden ajudar a difondre l'esdeveniment. Per a totes elles, amb un màxim de 50, s'elaborarà i s'enviarà un "media kit" amb material gràfic, missatges, vídeos o el que sigui necessari per tal que aquesta entitat també difongui l'esdeveniment pel seu canal. Exemple d'entitats: Cambra de Comerç de Barcelona, Barcelona Global, Consorci de Turisme de Barcelona, Diputació, Foment del treball, Sindicats, Cercle d'Economia, etc.
- Proposta de productes comunicatius i adaptació a tots els suports necessaris, com ara pàgina web, espai virtual i físic de l'esdeveniment, anuncis en premsa digital o escrita i altres documents relacionats. Com s'ha indicat anteriorment, a mode d'exemple, en l'edició de 2021, aquestes adaptacions van ser 137. En aquesta edició es preveuen un màxim de 150 adaptacions.



- Adaptació del web que permeti la realització de sessions en streaming i la utilització dels diferents programes de vídeo-conferències que abasteixin l'esdeveniment tant en l'espai del DHUB com en els espais exteriors.
- Pla d'accions i la seva calendarització, vinculat als continguts i eixos temàtics (màxim 4) que es proporcionaran una vegada adjudicat el contracte.
- Social media plan de l'esdeveniment, proposant les xarxes que cal disposar, estratègia de difusió a xarxes i e-mail màrqueting i estratègia de missatges orgànics i la seva periodicitat. Un cop acabat l'esdeveniment farà una anàlisi qualitativa i quantitativa de l'impacte de les comunicacions i el sentiment dels comentaris que s'hagin rebut.
- Elaboració del dossier de premsa, notes de premsa i *press clipping* un cop acabat l'esdeveniment. L'agència de comunicació haurà de dur a terme una tasca proactiva per aconseguir que aquest esdeveniment aparegui als principals mitjans de comunicació, de forma orgànica. En aquest sentit, elaborarà el dossier de premsa de l'esdeveniment proposarà entrevistes en mitjans (nacionals i internacionals) i les coordinarà, acompanyada del departament de premsa de l'Ajuntament de Barcelona. També organitzarà trobades en diferents espais, i en cas que sigui necessari, inclourà la presència d'interprets per les entrevistes amb els periodistes. Addicionalment, s'encarregarà d'elaborar les notes de premsa que siguin necessàries (màxim 10). Un cop acabat l'esdeveniment, elaborarà el corresponent recull de premsa (*press clipping*) amb valoracions tant qualitatives com quantitatives.

Aquest pla exclou la inversió publicitària en suports exteriors i mitjans de comunicació, que serà dissenyada i implementada per part de l'Ajuntament de Barcelona. El que si inclou aquest contracte és la realització de les adaptacions que calgui dur a terme per executar aquest pla de mitjans. I en el cas de les adaptacions destinades a comunicació online, l'empresa adjudicatària haurà de fer-ne el lliurament a través del servidor d'anuncis (ad server) que indiqui l'Ajuntament de Barcelona, normalment la plataforma "SIZMEK".

L'agència serà l'encarregada de la redacció de tots els continguts tant per al seu ús per les xarxes socials, anuncis en premsa, articles, pàgina web, notes i dossier de premsa, com tot allò indicat en el Pla de Comunicació a desenvolupar.

L'agència ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació (en qualsevol dels idiomes). Els textos han de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua.

d) Realització de vídeos, streaming de les conferències i reportatges audiovisuals

L'Agència de Comunicació serà l'encarregada de la gravació i edició dels diferents materials audiovisuals de les jornades tant pel que fa als vídeos de promoció com els materials audiovisuals necessaris per a la presentacions d'algunes de les ponències.

Igualment, serà l'encarregada de gestionar l'streaming de totes les conferències (l'any 2021 van ser 25) que es duguin a terme, el qual inclou la contractació de l'equip tècnic i humà que sigui necessari per dur a terme la gravació, l'emissió i el seu posterior emmagatzematge, en menys de 48 hores de cada sessió, al web de l'esdeveniment per a futures consultes de persones interessades en les mateixes.

Pel que respecta a la producció audiovisual:

- Es preveu la realització d'1 vídeo-spot de promoció de l'esdeveniment (màxim 1 minut)
- 1 vídeo de promoció del Green Deal (màxim 2 minuts)
- 1 vídeo per cada eix temàtic (entre 3 i 4) (màxim 2 minuts)
Tot aquest primer bloc de vídeos s'han d'entregar mínim a 7 dies de l'inici de l'esdeveniment.
- 1 vídeo de cloenda/resum de les jornades que inclogui tant les sessions com l'ambient de l'esdeveniment i els diferents espais, que s'haurà d'emetre en la sessió de cloenda de l'últim dia (màxim 2 minuts)
- De forma recurrent, i seguint una estratègia de "periodisme digital", es generarà contingut audiovisual per ser transmès a través de les xarxes socials durant els dies que duri l'esdeveniment.

- Incorporarà l'ús de chyrons i tancaments que respectaran la identitat gràfica aprovada per l'esdeveniment.

Els vídeos seran enregistrats amb alta qualitat i s'editaran en els diversos formats que permetin tant la difusió a xarxes socials com a d'altres suports publicitaris que s'estimin oportuns (màxim 25 adaptacions per altres formats).

Per a dur-los a terme, caldrà que s'enregistrin suficients imatges de recurs que permetin encàrrecs posteriors a la finalització de l'esdeveniment.

L'empresa adjudicatària, serà la responsable de l'elaboració del guió del vídeo, conjuntament amb les persones responsables de la Secretaria Tècnica de l'esdeveniment i les persones responsables de l'Ajuntament de Barcelona.

A mode d'exemple, aquests van ser alguns dels vídeos que es van fer per les edicions 2021 i 2022:

<https://youtu.be/Lo647ef3-nk>

<https://www.youtube.com/watch?v=01Y12d0b-SE>

<https://www.youtube.com/watch?v=vvMyDJ0ITFo>

<https://www.youtube.com/watch?v=MwkXpFqLFe0>

https://www.youtube.com/watch?v=-Qka_oG5tQA

<https://www.youtube.com/watch?v=2REWOhfLVyM>

Cal preveure locució i/o subtítols en català, castellà i anglès per cada un dels vídeos.

Tant els bruts com els productes finals seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona i seran lliurades en una format de disc dur a la finalització de les feines encarregades. Pel que respecta al muntatge final, tots els vídeos incorporaran música de fons, que estarà lliure de qualsevol dret. En cas que aquests drets canviïn amb el temps, l'empresa adjudicatària haurà de canviar la música.

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària gestionar la cessió de drets de les persones que apareixen a les imatges enregistrades, ja siguin que estan presents en un espai o entrevistades, i a tal efecte es facilitarà un document que han de fer signar a aquestes persones. L'empresa serà la responsable d'obtenir les signatures i arxivar els documents per després facilitar a l'Ajuntament de Barcelona.

Com s'ha indicat anteriorment, tots els vídeos seguiran la imatge corporativa de l'esdeveniment i incorporaran chyrons d'identificació i d'informació, caretes i animacions.

Els continguts seran propietat de l'Ajuntament de Barcelona. No es podrà fer difusió de tot o part dels continguts sense el consentiment per escrit de l'Ajuntament de Barcelona. Així, les imatges enregistrades i utilitzades en el marc d'aquest servei no podran ser utilitzades per altres projectes de l'empresa adjudicatària o per altres clients, sense el consentiment autoritzat de l'Ajuntament de Barcelona.

La gravació dels vídeos es farà en HD, amb un equip de darrera generació (càmera *dslr full frame*, com a estàndard mínim), incorporant els accessoris necessaris, tant d'àudio com de llum, per tal de lliurar un producte acord amb la imatge i els valors de l'Ajuntament de Barcelona. Abans de donar un vídeo per tancat, es faran les correccions que es considerin necessàries per tal de garantir que el vídeo es correspon amb les necessitats de l'Ajuntament de Barcelona. Exemples de tasques a realitzar, a més de la gravació: correcció de colors, aplicació de grafismes, conversions a diferents formats, postproducció i mescla final.

Finalment, l'empresa adjudicatària serà l'encarregada també de la realització del seguiment fotogràfic de totes les sessions de les jornades tant de les que es realitzin al DHub com les de la resta d'espais de realització de les jornades.

El lliurament d'aquest material caldrà fer-lo en dues fases:

- Fase 1: mitja hora després d'haver acabat l'acte cobert, caldrà lliurar de tres a cinc imatges, que siguin les més representatives, per poder-les publicar en les xarxes socials corporatives i/o ser enviades ràpidament als mitjans. Aquestes fotografies hauran de ser sempre en format horitzontal.
- Fase 2: en un període no superior a 48 hores des de la finalització de l'esdeveniment, caldrà fer l'entrega definitiva de tot el reportatge fotogràfic, tant en baixa com en alta resolució. Es podran demanar els retocs necessaris de totes aquelles imatges que ho requereixin per ser difoses en qualitat òptima. Un recull de les imatges de cada sessió s'haurà de penjar a la pàgina web.

e) Cobertura digital a xarxes socials

L'agència de comunicació serà l'encarregada de l'elaboració del social media plan així com el pla editorial de l'esdeveniment, garantint la cobertura de cadascuna de les conferències a aquelles xarxes socials que s'estimin més adequades per assolir els objectius del projecte. Com s'ha indicat anteriorment, cal aconsellar quines son les millors xarxes on s'ha d'estar present (s'estigui de forma activa o no en el present moment).

Cas de ser necessari, l'empresa adjudicatària, crearà perfils a les xarxes que s'estimin oportunes. En tot cas, es podrà apalancar sense cap problema en les xarxes municipals i les de les societats municipals (com Barcelona Activa). En aquest sentit, es compartirà amb prou antelació el calendari de publicacions per aconseguir la màxima redifusió per part d'aquestes entitats.

L'empresa guanyadora haurà de crear una biblioteca a l'eina Hootsuite, amb tota la proposta de copys i imatges per a l'esdeveniment.

Aquest tasca implica la realització d'un seguiment tipus "periodista digital" que vagi informant del què està passant i que sigui alhora capaç d'enregistrar "in situ" el què succeeix al D-hub i a la resta d'equipaments on es dugui a terme l'edició de 2022. Conseqüentment, l'empresa adjudicatària haurà de dotar de materials tecnològics suficients per poder dur a terme aquesta tasca de forma efectiva (micròfon, càmera, il·luminació).

Amb anterioritat a l'esdeveniment, contactarà amb totes les persones ponents per tal de garantir que segueixen els comptes oficials i que interactuïn amb els continguts que es vagin generant durant el mateix.

5. NECESSITAT DE PERSONAL

Per tal d'elaborar correctament el projecte es considera imprescindible que l'equip mínim de treball estigui format per:

1. Un/a responsable del projecte, amb un perfil sènior i amb experiència contrastada en projectes d'aquest àmbit comunicatiu i reputacional, que farà d'interlocutor/a entre l'empresa adjudicatària, la secretaria tècnica de l'esdeveniment i l'Ajuntament de Barcelona.
2. Un equip per a l'elaboració del material corporatiu (*branding*, web):
 - a. Un/a responsable del projecte creatiu
 - b. Un/a dissenyador/a gràfic/a (*on i off line*)
 - c. Un/a programador/a i maquetador/a web
 - d. Un/a gestor/a de continguts digitals
3. Un equip per a l'elaboració dels materials de difusió (*on i off line*):
 - a. Un/a *social media manager*
 - b. Dues periodistes digitals i redactors/es de missatges online
4. Un equip per a la producció audiovisual:
 - a. Una persona responsable de l'elaboració dels guions, la preparació de les entrevistes i del contingut informatiu del vídeo, així com de la revisió dels subtítols.



- b. Un/a càmera, responsable de l'enregistrament, de la llum i del so.
- c. Un/a fotògraf/fotògrafa responsable de cobrir totes les imatges de l'esdeveniment.
- d. Dos/dues tècnics/tècniques responsable del muntatge i postproducció.

Pels requeriments del present contracte i poder donar-li el servei que es requereix, no es permet que hi hagi coincidències de diferents rols entre els membres dels equips.

Tanmateix, aquest equip haurà de preveure que les càrregues de feina no seran lineals, sinó que hi hauran puntes de feina abans del llançament del web (gener de 2023), els dies previs i els dies de l'esdeveniment.

6. ORGANITZACIÓ DEL SERVEI

Per tal de coordinar les tasques, l'empresa adjudicatària formarà part del grup de treball del projecte, on també hi participarà l'empresa adjudicatària del servei de Secretaria Tècnica així com les persones assignades per part de l'Ajuntament de Barcelona per pilotar l'esdeveniment.

No obstant això, la persona responsable del projecte haurà de:

- Confeccionar els calendaris d'actuació en relació al pla de comunicació.
- Fer un seguiment operatiu exhaustiu durant l'execució del projecte, proposant mesures correctores cas que sigui necessari.
- Dur a terme la planificació operativa de les accions de comunicació i gestions relacionades.
- Coordinar amb les persones responsables que l'Ajuntament de Barcelona designi per aquest projecte.
- Avaluar les diferents accions de l'àmbit de comunicació un cop finalitzat l'esdeveniment.

Caldrà garantir la disponibilitat de l'equip assignat al servei en l'horari de dilluns a divendres de 9h a 19:00h, tenint en compte que, de forma excepcional, es podrà demanar flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites, com ara cobrir actes rellevants per l'assoliment dels objectius descrits al projecte.

Pel seguiment del servei, s'establiran aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i el/la cap de projecte de l'empresa adjudicatària.

Maria Vilà Brecha
Directora de Comunicació