

# PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) DELS SERVEIS DE FOTOGRAFIA PROFESSIONAL PER COBRIR LES NECESSITATS COMUNICATIVES DE BARCELONA ACTIVA

## 1. INTRODUCCIÓ

Barcelona Activa, l'agència de desenvolupament econòmic i local de l'Ajuntament de Barcelona, acompanya la ciutadania de Barcelona al llarg de la seva vida professional, oferint-los l'assessorament, les eines, la formació i els serveis que puguin necessitar en els diferents moments vitals i professionals en els que es trobin.

Així doncs, Barcelona Activa, principalment:

- Acompanya la ciutadania durant tot el procés de cerca de feina i millora professional: OCUPACIÓ.
- Dona suport a les persones emprenedores per fer realitat les seves idees de negoci, sigui de forma col·lectiva o individual: EMPRENEDORIA.
- Ajuda les empreses i organitzacions a créixer, connectar-se amb l'ecosistema i consolidar-se amb models socialment sostenibles i responsables: EMPRESES.
- Ofereix formació actual i de qualitat a les persones que busquen feina, volen emprendre o fer créixer la seva empresa, així com formació d'alt contingut tecnològic per a professionals que volen actualitzar-se contínuament o reconvertir-se al sector TIC per augmentar les possibilitats de trobar feina: FORMACIÓ.

La missió de Barcelona Activa és promoure l'ocupació de qualitat, la iniciativa emprenedora, la competitivitat empresarial i la diversificació del teixit productiu, per a assolir un model econòmic sostenible, inclusiu i just.

En total, Barcelona Activa atén anualment més de 55.000 persones i gairebé 7.000 empreses a través dels més de 100 serveis i programes desplegats per tota la ciutat.

## ELS VALORS

Barcelona Activa treballa per fer de Barcelona una ciutat més justa i per transmetre una sèrie de valors:

1. Igualtat d'oportunitats i progrés social
2. Cooperació, dins l'organització i amb d'altres
3. Economia al servei de les persones: social i sostenible
4. Esperit de servei públic, i ètica professional i personal

Aquests valors, com no pot ser d'una altra forma, s'incorporen en la comunicació i es reflecteixen en la utilització de:

- a) Un llenguatge integrador i no sexista
- b) Imatges que incorporen la paritat de sexes (amb un percentatge del 60% d'un sexe i un 40% de l'altre sexe), la diversitat (tant de discapacitats, origen o intergeneracional) i utilitza exemples dels diferents perfils que hi ha a la ciutadania de Barcelona, buscant una major identificació entre l'Organització i l'usuari.
- c) Missatges clars, entenedors i que eviten els tecnicismes en la mesura del possible.

## ELS OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

L'objectiu estratègic de comunicació de Barcelona Activa és aconseguir que la ciutadania conegui els productes i serveis que s'ofereixin i que confii en l'organització per a què l'acompanyi en el seu procés vital (ja sigui de cerca de feina o de millora professional, ja sigui en la realització de la seva idea emprenedora, ja sigui en la seva formació o ja sigui en el creixement empresarial del seu negoci).

Per assolir aquest objectiu, s'ha de treballar per:

- **Posicionar Barcelona Activa** com l'agència responsable de l'execució de les polítiques econòmiques de la ciutat de Barcelona, una Barcelona Activa que enguany celebra 30 anys de servei a la ciutadania de Barcelona.
- **Presentar els diferents programes i iniciatives** que s'estan desenvolupant a la ciutat, especialment els relacionats amb l'Ocupació, l'Emprenedoria i programes de suport a l'Empresa.

- **Posicionar l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa** com a entitats que estan al costat i al servei de les persones i de les empreses, com a agent generador d'ocupació estable i de qualitat.
- Presentar les diferents iniciatives econòmiques que està desenvolupant l'Ajuntament de Barcelona **en clau territorial** (Plans de desenvolupament de Districtes, punts d'orientació i assessorament en ocupació, dispositius de Treball als barris, etc.).
- Elaborar **propostes de comunicació diferenciades** en funció dels segments als quals ens adrecem.
- Aconseguir una **major interacció** amb l'organització ja sigui via presencial o via *online*.
- Aconseguir que el nostre client intern, les persones **treballadores de Barcelona Activa**, coneguin tota l'activitat que duem a terme, i s'identifiquin amb l'organització i els seus valors, tot generant una cultura cohesionada i un profund orgull de pertinença a la mateixa.

## EL PÚBLIC OBJECTIU

Ciutadania de Barcelona en edat de treballar, de 18 a 65 anys, principalment. Entre aquest col·lectiu, destaca la importància d'arribar als més joves (menors de 30 anys), a les dones i als majors de 45 anys.

Per tal d'avaluar la necessitat de comunicar de forma intensiva els programes i serveis que es duen a terme des de Barcelona Activa, és imprescindible conèixer quins són els diferents *targets* sobre els que té impacte la nostra activitat:

- **Ciutadania de Barcelona en situació d'atur**, que estan o no en procés de cerca de feina. Entre aquest col·lectiu, destaca la importància d'arribar als més joves (menors de 30 anys) i els majors de 45 anys, ja que es tracten dels dos col·lectius on l'atur incideix amb major intensitat a la nostra ciutat.
- **Veïns i veïnes dels districtes amb major desigualtat de la ciutat**. Barcelona Activa és l'entitat responsable d'executar (conjuntament amb els propis Districtes) els Plans de Desenvolupament Econòmic de Districte. En aquest context, és vital arribar a la ciutadania d'aquests districtes amb un missatge clar, directe i en clau de servei per tal que coneguin l'oferta de Barcelona Activa i puguin utilitzar-la.
- **Persones treballadores en actiu**, que estan en procés de millora i progrés professional
- **Empreses, entitats i pimes de l'Àrea Metropolitana de Barcelona**, que necessiten acompanyament i assessorament per poder créixer i connectar-se amb l'ecosistema i així contribuir a la seva consolidació amb models socialment responsables i a la generació d'ocupació de qualitat.
- **Persones emprenedores**, que tenen la voluntat de fer realitat la seva idea de negoci, sigui de forma col·lectiva, comunitària o individual. Volem donar suport a la iniciativa empenedora per posicionar Barcelona com a referent internacional de ciutat empenedora.
- **Empreses i professionals internacionals**, que veuen com Barcelona pot ser el lloc on invertir / obrir una delegació i alhora ser un destí per créixer professionalment.

## ORGANITZACIÓ INTERNA

Barcelona Activa està integrada dins de la Quarta Tinència d'Alcaldia de l'Ajuntament de Barcelona. A nivell organitzatiu, existeixen tres direccions executives, dues corporatives i una direcció jurídica que depenen de la Direcció General: [Organigrama Barcelona Activa](#)

La Direcció de Comunicació lidera les accions de comunicació (interna i externa) de l'organització; accions que donen resposta a les necessitats d'actualització de continguts als diversos canals de comunicació corporatius i a les necessitats que generen les diferents direccions de Barcelona Activa.

## 2. OBJECTE I ABAST DE LA LICITACIÓ

Per poder donar resposta a les diferents necessitats de comunicació que té l'organització (esdeveniments, fires, sessions adhoc, etc.) la Direcció de Comunicació de Barcelona Activa necessita externalitzar el servei de fotografia professional segons els següents lots:

## **LOT 1 REPORTATGE FOTOGRÀFIC D'ACTES I CONFERÈNCIES INSTITUCIONALS, FIRES, CONGRESSOS I ALTRES ESDEVENIMENTS**

Realització de fotografies d'actes i conferències institucionals, fires i congressos, rodes de premsa o altres actes en els que participi o organitzi Barcelona Activa (lliurament de premis, visites institucionals, reunions amb col·lectius concrets, etc.).

En concret el servei requerit en aquest lot inclou:

1. Seguiment fotogràfic dels actes que se celebren al llarg de l'any. Normalment, aquestes sessions fotogràfiques tenen una durada d'entre una a tres hores. L'adjudicatària ha d'assegurar-se que en totes les sessions, les persones fotografiades hagin signat els drets d'imatge, seguint les indicacions de Barcelona Activa.
2. Post-producció i retoc fotogràfic: les imatges hauran de ser retocades de forma ordinària per a la seva correcta publicació en format digital i imprès.
3. Lliurament de les fotografies: el lliurament d'aquest material caldrà fer-lo en dues fases:
  - Fase 1: màxim una hora després que hagi acabat l'acte caldrà lliurar via WhatsApp de cinc a deu imatges, que siguin les més representatives, per poder-les publicar en les xarxes socials corporatives i/o ser enviades ràpidament als mitjans de comunicació. Aquestes fotografies hauran de ser en format horitzontal i vertical.
  - Fase 2: en un període de 24 hores des de la finalització de l'esdeveniment, caldrà lliurar tot el reportatge fotogràfic definitiu, que haurà d'incloure un mínim de 30 fotografies degudament retocades, que no siguin similars entre si, en vertical i horitzontal, tant en baixa com en alta resolució. En el cas de reportatge de més de 3 hores de durada, aquest nombre haurà de ser superior, arribant a un total de 45 imatges.

D'altra banda, en casos d'urgència, el termini de lliurament d'alguna de les imatges del reportatge podrà ser inferior, segons les necessitats de publicació.

Les imatges en alta resolució caldrà penjar-les directament al canal Flickr de Barcelona Activa, seguint les indicacions facilitades per l'entitat municipal.

La Direcció de Comunicació podrà demanar els retocs necessaris de totes aquelles imatges que ho requereixin per ser difoses en qualitat òptima.

## **LOT 2 REPORTATGE FOTOGRÀFIC DE RECURS PER COBRIR LES DIFERENTS NECESSITATS DE COMUNICACIÓ**

Realització de fotografies recurs de temàtiques diverses per incloure als materials gràfics i digitals de l'organització (fulletons, webs, xarxes socials, estands, etc.). Les fotografies podran ser retrats i/o reportatges sobre els serveis i l'activitat habitual que es desenvolupa a l'organització (tallers formatius, assessorament, reunions grupals,...) i que normalment tenen lloc dins dels equipaments de Barcelona Activa. De forma puntual, també es podrà demanar fotografies d'exterior de diversos punts de la ciutat o fotografies més conceptuals per il·lustrar activitats econòmiques i professions específiques o d'altres temes relacionats, per ser utilitzades a les nostres publicacions, webs, estands, bàners digitals, etc.

En concret el servei requerit en aquest lot inclou:

1. Sessions fotogràfiques per il·lustrar els temes citats en el paràgraf anterior. Normalment, aquestes sessions fotogràfiques tenen una durada d'entre una a tres hores.
2. Post-producció i retoc fotogràfic: les imatges hauran de ser retocades de forma ordinària per a la seva correcta publicació en format digital i imprès.
3. Lliurament de les fotografies: el lliurament d'aquest material caldrà fer-lo en un període no superior a 48 hores des de la finalització de la sessió. Les fotografies hauran d'estar degudament retocades, que no siguin similars entre

si, en vertical i horitzontal, tant en baixa com en alta resolució. En casos d'urgència, el termini de lliurament d'alguna de les imatges del reportatge podrà ser inferior, segons les necessitats de publicació.

Les imatges en alta resolució caldrà penjar-les directament al canal Flickr de Barcelona Activa, seguint les indicacions facilitades per l'entitat municipal.

La Direcció de Comunicació podrà demanar els retocs necessaris de totes aquelles imatges que ho requereixin per ser difoses en qualitat òptima.

### 3. PRESTACIÓ DEL SERVEI

#### Mitjans materials

L'adjudicatària haurà d'acreditar que disposa d'equips digitals d'última generació per a la correcta prestació del servei i que han de ser del tipus:

- Càmeres digitals rèflex d'alta resolució (més d'un cos de càmera, en cas d'avaria del principal), amb les òptiques adients per donar resposta a tota la tipologia d'imatges requerides.
- Telèfons *smartphone* amb connexió directe amb la càmera per poder gestionar i fer l'enviament de les imatges en temps real via WhatsApp o similar.

Tot aquest equipament tècnic serà propietat de l'adjudicatària, qui haurà de fer-se càrrec del seu correcte manteniment. Barcelona Activa no serà responsable ni d'aquest manteniment ni de qualsevol responsabilitat en cas de robatori o altres incidències.

#### Qualitat del servei

L'adjudicatària haurà de garantir la qualitat tècnica de les imatges, amb la resolució adient per a cadascuna de les tasques.

L'equipament tècnic, en tot cas, haurà de poder respondre a les necessitats que plantegi l'encàrrec, des de fotografia per a suports digitals fins a imatges per reproduir en suport de gran format.

Les fotografies hauran de tenir una qualitat òptima, enfocament correcte segons intencionalitat, bona exposició, il·luminació, temperatura de color, contrast, equilibri cromàtic, resolució, composició... i podran requerir de postproducció per part de l'adjudicatària. Les fotografies hauran de ser realitzades en format vertical i horitzontal i hauran de ser lliurades en suport digital: en format JPG, mida mínima de 30x20 cm i amb una resolució de 72 ppp (píxels per polzada) per al format baixa i de 300 píxels ppp per al format en alta. Es contempla la possibilitat de peticions en format RAW, en casos puntuals.

#### Petició del servei

La petició de la sessió fotogràfica normalment serà a càrrec de la Direcció de Comunicació (tot i que en alguns casos pot ser l'equip de la Gerència de Barcelona Activa qui faci la petició directament) amb un mínim de **tres dies naturals d'antelació**, a excepció d'algun cas puntual que per raons d'urgència no es pugui avisar abans.

En cas de que l'adjudicatària no pogués atendre el servei, sempre i quan hagi rebut l'avís tres dies abans o més, aquesta podrà ser penalitzada per Barcelona Activa si en un termini de sis mesos, no ha pogut atendre tres serveis (falta lleu), de tres a cinc serveis (falta greu) o més de cinc serveis (falta molt greu i possible resolució del contracte).

L'adjudicatària haurà de disposar dels mitjans necessaris per rebre els encàrrecs que es comunicaran mitjançant correu electrònic, excepte en els casos que, per la urgència de temps, sigui necessari fer-ho per via telefònica o altres canals.

Així mateix, els desplaçaments aniran a càrrec de l'adjudicatària, excepte els desplaçaments que siguin fora de l'Àrea Metropolitana de Barcelona o que s'hagin de realitzar en horari sense servei de transport públic (casos molt excepcionals).

Finalment, l'adjudicatària serà responsable de realitzar les gestions necessàries per poder realitzar la sessió fotogràfica o inscriure's als esdeveniments, amb el suport de Barcelona Activa.

#### **4. DRETS D'IMATGE I PROPIETAT INTEL·LECTUAL**

L'adjudicatària cedirà en exclusiva a Barcelona Activa els drets d'explotació, sense limitació territorial, ni temporal, de les fotografies resultants d'aquestes sessions que podran ser utilitzades tant per Barcelona Activa i l'Ajuntament de Barcelona en les seves publicacions com per agències de comunicació, empreses de disseny, entitats, mitjans de comunicació, etc., alienes a aquesta organització, sempre amb l'autorització de la Direcció de Comunicació.

L'adjudicatària haurà de demanar l'autorització pertinent, que podrà variar en el transcurs del servei, (segons model que s'adjunta a l'annex 2 d'aquest plec), a totes les persones que apareguin a la imatge de forma clarament reconeixible i enviar la documentació signada a Barcelona Activa.

Barcelona Activa exigirà a l'adjudicatària que tot el treball realitzat en una sessió sigui exclusivament per encàrrec municipal. Sense perjudici de la titularitat dels drets, Barcelona Activa haurà d'autoritzar formalment qualsevol altres ús que l'autor de les fotografies vulgui donar el material gràfic obtingut durant els treballs encarregats.

La persona física o empresa contractada estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdores en serveis que pugui tenir Barcelona Activa o l'Ajuntament de Barcelona, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so, etc.

#### **5. ANNEXOS**

Annex 1: fotografia a retocar per elaborar la prova sol·licitada al lot 1.

Annex 2: document de cessió de drets.

Isabel Ponti Riudor  
Responsable d'Imatge i Comunicació

Maria Vilà Brecha  
Directora de Comunicació