



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE GESTIÓ DE LA COMUNICACIÓ DEL PROJECTE PRIDE BARCELONA 2026

Índex

1. INTRODUCCIÓ	3
2. OBJECTE	3
3. PERÍODE D'EXECUCIÓ	4
4. ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.	4
4.1. LOT 1: Servei de gestió de la comunicació en un sentit ampli per al Projecte Pride Barcelona 2026:	4
4.1.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.	4
4.1.2. CREACIÓ IMATGE EDICIÓ 2026	4
4.1.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS	5
4.1.4. PROGRAMA DE MÀ	5
4.1.6. PECES AUDIOVISUALS	7
4.1.7. VIDEO AFTERMOVIE	7
4.1.8. ALTRES MATERIALS GRÀFICS	8
4.1.9. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS	8
4.1.10. OFICINA DE PREMSA	9
4.1.11. XARXES SOCIALS	11
4.1.12. GESTIÓ DE CRISI	13
4.1.13. GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA (PLA DE MITJANS)	14
5. IDIOMES	16
6. EXECUCIÓ	16
7. PROPOSTA INICIAL PER A LA CAMPANYA	16
8. MILLORES	16
9. DOCUMENTACIÓ QUE HAURÀ D'INCLOURE LA PROPOSTA	16
10. RESOLUCIÓ DE DUBTES	17

1. INTRODUCCIÓ

L'Associació Cambra LGBTIQ+, en endavant LA CAMBRA LGBTIQ+, és una entitat sense afany de lucre, que té entre el seus objectius:

- Fomentar i promoure la visibilitat de la comunitat LGBTIQ+ 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 LGBTI+.
- Promoure, fomentar i recolzar iniciatives que fomentin i defensin els drets de les persones LGBTIQ+.

En el marc d'aquest objectiu LA CAMBRA LGBTIQ+ organitza anualment l'esdeveniment Pride Barcelona.

Pride Barcelona és un esdeveniment sense afany de lucre que ha esdevingut la celebració de l'Orgull LGBTIQ+ de la ciutat de Barcelona.

La seva organització recau formalment sobre LA CAMBRA LGBTIQ+ tot i que compta amb el recolzament de més de 35 entitats de diferents àmbits LGBTIQ+ de Barcelona i Catalunya i, també amb el recolzament institucional de l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Barcelona.

2. OBJECTE

L'objecte del contracte és del el de prestar els serveis de gestió integral de la comunicació de projecte de Pride Barcelona 2026, realitzant la planificació, coordinació, organització i execució de les accions recollides en aquest plec de prescripcions tècniques.

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 la CAMBRA LGBTIQ+ la qualitat i qualificació necessàries per a llur òptima execució.

En tota la documentació, publicitat, imatge o materials especials que els licitadors aportin o que siguin necessaris per a l'execució del contracte, s'hauran de complir els següents principis:

1.- Ús no sexista del llenguatge: El llenguatge emprat haurà de ser inclusiu i no sexista, evitant l'ús de formes que invisibilitzin o discriminin per raó de gènere.

2.- Evitar qualsevol imatge o contingut discriminatori: No s'acceptaran materials visuals, textuais o multimèdia que perpetuïn estereotips sexistes, discriminació de gènere, o que reproduïxin qualsevol mena de discriminació cap a les persones LGBTQIA+, persones racialitzades, persones amb discapacitat, persones grans, persones amb cossos no normatius o qualsevol altre col·lectiu vulnerable.

3.- Foment de la diversitat i coresponsabilitat: Els materials hauran de reflectir una representació equilibrada i diversa de la societat, promovent valors d'igualtat, inclusió i coresponsabilitat en relació amb les identitats de gènere, orientacions sexuals, ètnies, edats, cossos i capacitats diverses.

4.- Rebuig explícit a la discriminació interseccional: Els continguts hauran d'evitar qualsevol representació que pugui perpetuar múltiples formes de discriminació basades en la intersecció de gènere, orientació sexual, identitat de gènere, raça, classe social, edat o salut.

5.- Visibilitat positiva de les persones LGBTQIA+: Els materials produïts han d'incloure referents positius i inclusius del col·lectiu LGBTQIA+, així com narratives que reforcin els drets, la dignitat i la contribució social d'aquestes persones.

6.- Atenció especial a la representació de dones i de persones trans: S'evitarà qualsevol forma de cosificació, estigmatització o infravisibilització de dones lesbianes, bisexuals, trans i queer, així com altres identitats de gènere dissidents.

3. PERÍODE D'EXECUCIÓ

LOT 1: Des de la signatura del contracte i fins el 31 de desembre de 2026.

El retard en la signatura del contracte podrà donar lloc a la deducció del preu del contracte.

La Cambra LGBTIQ+ potestativament podrà donar per terminat el contracte amb antelació al 31 de desembre si concorren les condicions esmentades en la clàusula 20 del Plec de Clàusules Particular sobre resolució anticipada del contracte.

4. ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.

4.1. LOT 1: Servei de gestió de la comunicació en un sentit ampli per al Projecte Pride Barcelona 2026:

4.1.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.

Gestió de l'àmbit de la comunicació i la publicitat de LA CAMBRA LGBTIQ+ des d'un punt de vista ampli, incloent les tasques de comunicació, ideació, disseny de campanyes, dissenys gràfics, adaptacions, execució de les campanyes, etc. del projecte Pride Barcelona 2026.

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

4.1.2. 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 LA CAMBRA LGBTIQ+ i hauran d'ésser aprovades per aquesta.

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

LA CAMBRA LGBTIQ+ podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

4.1.3. PROGRAMA DE MÀ

Dins dels serveis a prestar en concepte de Creació d'imatge de l'edició de 2026, s'inclou el disseny i maquetació del programa de mà de l'edició 2026.

El licitador haurà de dissenyar i maquetar el programa de mà de Pride Barcelona 2026, seguint les indicacions que LA CAMBRA LGBTIQ+ lliurará al licitador a tal efecte.

El licitador serà responsable de traducció del contingut al anglès i al castellà, sense càrrec addicional per LA CAMBRA LGBTIQ+.

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

LA CAMBRA LGBTIQ+ 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).

En la proposta econòmica s'haurà de indicar de forma separada la tarifa per proposada pels treballs que s'inclouen en aquest punt. En el benentès que, degut a l'obsolescència de les publicacions en paper, la Cambra LGBTIQ+ podria decidir no editar un programa de mà per la seva edició 2026. En aquest supòsit, la tarifa pels serveis del punt 4.1.4 Programa de mà, serà deduïda del preu del contracte.

La Cambra LGBTIQ+ no estarà obligada a executar aquest servei.

4.1.4. ADAPTACIONS DEL/S CARTELL/S PRINCIPAL/S

La creació del cartell principal serà responsabilitat exclusiva de la Cambra LGTBIQ+, qui assumirà íntegrament el disseny i els continguts originals. L'agència adjudicatària, per la seva banda, es limitarà a realitzar les adaptacions necessàries segons els formats i canals establerts, garantint la coherència amb la imatge i l'estratègia de comunicació definida per la Cambra.

Aquestes adaptacions podran incloure, entre d'altres, la generació de versions per a suport digital i físic, l'ajust de mides i proporcions, i la incorporació de textos addicionals específics per a cadascun dels canals de difusió. En cap cas, l'agència no tindrà competència sobre el concepte, la creativitat o el contingut original del cartell principal, assegurant així la unitat i la coherència de la campanya visual de la Cambra LGTBIQ+.

4.1.5. PECES AUDIOVISUALS

Com a part de l'objecte del contracte, el licitador serà responsable d'elaborar peces audiovisuals per donar contingut als serveis objecte del contracte. Entenent-se que formen part de l'objecte del contracte tots els processos necessaris per a l'obtenció de les mateixes, incloent però no limitant-se a la ideació, guionització, planificació, preproducció, producció, realització, postproducció, edició, adaptació de format, etc.

Les peces s'hauran d'adaptar en funció de la plataforma o suport a la que vagin dirigides.

Les peces necessàries es definiran en la fase de kickoff, com a mínim serà necessari realitzar:

- **Vídeo de presentació de campanya:** Elaboració d'una peça audiovisual breu destinada a la presentació oficial de la campanya 2026.
- **Càpsules de presentació del line-up:** Producció de peces audiovisuals breus per a la presentació dels artistes i continguts programats en l'edició 2026.
- **Càpsules informatives 2026:** Realització de peces audiovisuals breus amb informació general relativa a l'edició 2026.
- **Càpsules de campanya:** En cas que la campanya de comunicació ho requereixi, elaboració de petites càpsules audiovisuals de caràcter informatiu o divulgatiu relacionades amb la campanya social.
- **Càpsules d'esdeveniments:** Producció de peces audiovisuals breus corresponents als esdeveniments que tinguin lloc durant la vigència del contracte.
- **Elements de continuïtat i missatges breus per a les pantalles de l'escenari:** Definició i elaboració de continguts com cortinetes, cartel·les d'anunci d'artistes, cartel·les del programa, kiss cam, missatges organitzatius i altres elements audiovisuals, a determinar durant la fase de kickoff.
- **Càpsules post-esdeveniment / Save The Date 2027:** Elaboració d'una peça audiovisual breu que, un cop finalitzat l'esdeveniment, serveixi per promocionar i convidar a la participació en l'edició del 2027.

La ideació, guió, planificació, disseny gràfic etc., s'entén dintre del contracte de licitació.

La Cambra LGBTIQ+ assumirà les despeses de rodatge, gravació, sessió fotogràfica, etc. previ acceptació del pressupost.

4.1.6. VIDEO AFTERMOVIE

És objecte del contracte l'edició d'un vídeo resum de l'edició 2026 tipus *aftermovie*.

Forma part de l'encàrrec el disseny, ideació, guionització, briefings, edició, postproducció, correcció de color, etalonatge i efectes, locucions, subtitulat, adaptacions, etc., en definitiva tots aquells processos creatius, organitzatius, tècnics i d'edició necessaris per disposar del producte audiovisual final.

El producte final s'haurà de lliurar en diferents formats en funció de la plataforma a la que vagi dirigit.

No forma part de l'objecte del contracte els treballs d'enregistrament audiovisual. El contractista haurà de coordinar-se amb el proveïdor de l'enregistrament als efectes d'obtenir els materials necessaris en funció de la idea o guió del vídeo.

Son objecte d'aquest contracte les reunions de briefing i la coordinació amb l'equip audiovisual.

4.1.7. ALTRES MATERIALS GRÀFICS

Com a part de l'objecte del contracte, el licitador serà responsable d'elaborar material gràfic per donar contingut als serveis objecte del contracte. Entenent-se que formen part de l'objecte del contracte tots els processos necessaris per a l'obtenció de les mateixes, incloent però no limitant-se a la ideació, guionització, planificació, preproducció, producció, realització, postproducció, edició, etc.

Els materials necessaris es definiran en la fase de kickoff, com a mínim serà necessari realitzar:

- **Cartells d'altres esdeveniments:** S'inclouen com a part dels materials gràfics contractats els cartells d'altres esdeveniments relacionats amb Pride Barcelona durant la vigència del present contracte.
- **Efemèrides:** El contractista haurà de dissenyar les efemèrides corresponents als dies clau del col·lectiu, segons les indicacions prèvies de la Cambra LGBTQ+. L'entitat es reserva el dret d'afegir o eliminar dates en qualsevol moment, segons la seva discreció.
- **Materials de patrocinadors:** En cas que algun patrocinador de Pride Barcelona requereixi una adaptació de continguts relacionada amb alguna activitat del Pride, el contractista haurà de dissenyar els materials corresponents d'acord amb les instruccions proporcionades per l'organització.
- **Materials informatius:** El contractista haurà de dissenyar publicacions i materials informatius que La Cambra LGBTQ+ consideri pertinents per a la difusió de la informació relacionada amb les seves activitats.

La CAMBRA LGBTQ+, en tot moment, podrà afegir i demanar materials gràfics que estiguin dins la categoria dels materials gràfics prèviament esmentats, estant el licitador obligat a acceptar-les.

Tanmateix, LA CAMBRA LGBTQ+ podrà realitzar la seva pròpia gestió dels materials gràfics quan ho consideri oportú, sens perjudici de les tasques encomanades al licitador en el marc d'aquest contracte.

4.1.8. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS

És objecte de la licitació el manteniment i actualització constant del web www.pridebarcelona.org, entenent-se que es mantindrà la vigència de l'objecte malgrat els dominis puguin modificar-se durant la vigència del contracte.

Son objecte del contracte l'actualització de continguts, textos i imatges o elements multimèdia presents al web per adaptar-lo a les campanyes i programació del 2026.

És objecte del contracte, l'actualització i creació dels contingut web (planes web dintre del web de Pride Barcelona) sobre la campanya social de l'edició 2026 i la publicació del programa d'activitats en un format atractiu i comprensible per l'usuari similar a l'emprat actualment.

4.1.9. 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:

Interlocució amb la premsa:

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

- **Atenció a la bústia de correu electrònic:**

El contractista haurà de donar suport a la persona encarregada d'atendre la bústia de correu electrònic que LA CAMBRA LGBTIQ+ posarà a la seva disposició. La gestió d'aquesta bústia es regirà pels principis de veracitat, diligència i cordialitat.

Totes les consultes o peticions rebudes en aquesta bústia hauran de ser ateses en un termini màxim de 24 hores laborables.

- **Organització de rodes de premsa:**

El contractista haurà de donar suport a la persona encarregada d'organitzar, conjuntament amb LA CAMBRA LGBTIQ+, les rodes de premsa que s'escaiguin i assumir la coordinació de l'acte, incloent convocatòria a mitjans, atenció durant la roda de premsa i altres tasques relacionades.

A més, haurà d'atendre i gestionar les peticions de premsa (entrevistes, fotografies, etc.) i canalitzar-les cap a les persones autoritzades per LA CAMBRA LGBTIQ+ per a realitzar declaracions públiques.

- **Presència durant els dies principals de l'esdeveniment:**

Durant els dies principals del Pride Barcelona (habitualment tres dies), el contractista haurà de disposar com a mínim d'una persona, amb horari a convenir amb LA CAMBRA LGBTIQ+, per atendre, coordinar i donar suport in situ totes les peticions dels mitjans de comunicació.

Notes de Premsa:

El licitador serà responsable de redactar notes de premsa amb la informació facilitada per LA CAMBRA LGBTIQ+.

Les notes de premsa tindran les següents característiques:

- **Redacció i maquetació:**
El contractista haurà de realitzar la redacció i maquetació dels materials de comunicació de manera atractiva i professional.
- **Redacció multilingüe:**
La redacció haurà d'estar disponible en tres idiomes: català, castellà i anglès.
- **Distribució i seguiment:**
Els materials hauran de ser distribuïts a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació detallada sobre l'enviament i el seguiment dels resultats.

No es defineix un nombre màxim de notes de premsa a redactar i gestionar. Sent l'habitual 4-5 notes durant la durada del contracte. Aquesta dada es dona merament a efectes informatius, podent-se superar aquesta xifra durant el contracte 2026 sense que això suposi un encariment del preu del contracte.

Convocatòries de premsa:

El licitador serà responsable de redactar convocatòries de premsa amb la informació facilitada per LA CAMBRA LGBTIQ+.

Les convocatòries de premsa tindran les següents característiques:

- **Redacció i maquetació:**
El contractista haurà de realitzar la redacció i maquetació dels materials de comunicació de manera atractiva i professional.
- **Redacció multilingüe:**
La redacció haurà d'estar disponible en tres idiomes: català, castellà i anglès.
- **Distribució i seguiment:**
Els materials hauran de ser distribuïts a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació detallada sobre l'enviament i el seguiment dels resultats.

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, amb especial atenció als dies de celebració de l'esdeveniment Pride Barcelona.

No es defineix un nombre màxim de convocatòries de premsa, havent-se de convocar i gestionar totes aquelles que siguin necessàries en el desenvolupament del Projecte Pride Barcelona.

Habitualment es convoquen 5 convocatòries de premsa:

- **Roda de Premsa:** Anunci oficial de Pride Barcelona.
- **Actes Pride – Pregó:** Organització i coordinació dels actes relacionats amb el pregó.
- **Actes Pride – Divendres:** Actes en els escenaris principals amb horari ampli.
- **Actes Pride – Dissabte:** Actes en els escenaris principals amb horari ampli.
- **Actes Pride – Manifestació:** Organització i coordinació de la manifestació amb horari ampli.
- **Actes Pride – Diumenge:** Actes en els escenaris principals amb horaris amplis.

Aquesta informació s'inclou merament a efectes informatius, podent-se superar el nombre de convocatòries en l'edició 2026.

4.1.10. XARXES SOCIALS

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

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

LA CAMBRA LGBTIQ+ 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:** Elaboració d'una estratègia coherent amb els objectius de Pride Barcelona.
- **Creació de contingut:** Generació de continguts adequats per a les diferents xarxes socials.
- **Publicació de contingut:** Difusió del contingut creat en les xarxes socials corresponents segons la planificació establerta.
- **Interacció amb el públic i altres actors connexes:** Gestió de les interaccions, respostes i comunicació amb seguidors i altres entitats o col·lectius rellevants.
- **Atenció a les xarxes de les entitats pertanyents a Pride Barcelona:** Monitorització i coordinació per compartir contingut rellevant de les entitats en les xarxes de Pride Barcelona.
- **Optimització de les xarxes:** Aplicació de millores i ajustos per incrementar l'abast, la visibilitat i la participació en les diferents plataformes socials.

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

Tanmateix, LA CAMBRA LGBTIQ+ 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.

Actualment, Pride Barcelona disposa de perfils socials a Facebook (Meta), Instagram, X (Twitter), TikTok i YouTube. El contractista serà responsable de la gestió d'aquests perfils socials, així com de qualsevol altra xarxa social que es consideri oportuna, tant existent com de nova creació.

Amb l'objectiu d'analitzar, monitoritzar i avaluar els resultats obtinguts en l'estratègia realitzada a les xarxes socials i en la comunicació online, el contractista haurà d'elaborar:

- Un informe mensual amb els resultats quantitatius i qualitatius.
- Un informe resum final a la conclusió de la campanya.

Indicadors quantitatius mínims per xarxa social:

FACEBOOK (META):

- 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

X (TWITTER):

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de retuit en el període
- Taxa d'interacció
- Nombre d'impressions al dia
- Tuïts 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.
- Nombre de visualitzacions reels.

TIKTOK:

- 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.

YOUTUBE:

- 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 visualitza un contingut
- Publicacions amb més m'agrada.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a LA CAMBRA LGBTQ+, 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.

4.1.11. GESTIÓ DE CRISI

En el marc del contracte, el licitador haurà de desenvolupar un protocol de gestió de crisis de comunicació que prevegi els principals escenaris de crisis (*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.

LA CAMBRA LGBTQ+ haurà de validar aquest protocol.

4.1.12. GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA (PLA DE MITJANS)

a. Gestió Campanya

El licitador serà encarregat de gestionar la campanya publicitària del Pride Barcelona 2026.

El pressupost disponible per a la campanya publicitària és detallarà a l'inici del contracte. Aquest pressupost serà a banda del pressupost de gestió del contracte. (Punt 3 Annex I Característiques del Contracte)

LA CAMBRA LGBTQ+ no estarà obligada a exhaurir aquest pressupost, quedant també autoritzada a modificar-lo al alça cas de major generació de crèdit pressupostari.

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 LA CAMBRA LGBTQ+ 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 Barcelona 2026, segons l'estratègia que ell proposi.

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

LA CAMBRA LGBTIQ+ 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'LA CAMBRA LGBTIQ+.

El licitador serà responsable de realitzar tot el contingut (dissenys, elements textuais, guions, peces audiovisuals, etc.) necessaris per a la inserció publicitària tal com s'especifica en el punt 4 del present Plec de Prescripcions Tècniques que inclogui la seva estratègia.

- 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.

Totes les despeses derivades d'aquestes accions especials, fora del que és el propi objecte del contracte, que inclou, entre d'altres, la ideació, definició de l'estratègia, planificació, disseny i desenvolupament de la creativitat, (es a dir, despeses de personal extra, lloguer d'espais, producció de materials, etc), anirà a banda del pressupost de licitació.

- 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 LA CAMBRA LGBTIQ+. El licitador haurà de fer seguiment de la publicitat ordenada i comprovar que apareixen en els diferents mitjans de comunicació segons les ordes específiques d'LA CAMBRA LGBTIQ+ 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. LA CAMBRA LGBTIQ+ 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 LA CAMBRA LGBTIQ+ un document Excel que recollirà un resum de les insercions publicitàries que s'hauran inclòure en la factura, per a que LA CAMBRA LGBTIQ+ ho validi.

LA CAMBRA LGBTIQ+ facilitarà un document Excel model.

5. IDIOMES

Tots els treballs objecte d'aquest contracte podran ésser demanats en tres idiomes (català, castellà i anglès), sent a càrrec del licitador les traduccions i correccions. Cal tenir en compte que el català sempre serà l'idioma principal excepte que des de la Cambra LGBTIQ+ s'expressi el contrari en ocasions concretes, com podria ser els materials amb destinació internacional en els quals predominarà l'anglès.

La Cambra LGBTIQ+ podrà demanar versions diferents per idiomes o bé integrar els tres idiomes en un mateix producte o suport.

6. EXECUCIÓ

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

Així mateix, haurà de designar un cap de projecte que serà l'interlocutor amb la CAMBRA LGBTIQ+.

7. PROPOSTA INICIAL PER A LA CAMPANYA

La proposta inicial permetrà avaluar la capacitat creativa i estratègica del licitador per abordar els objectius específics de cada projecte. Les propostes han de ser clares, detallades i alineades amb els valors i missió de la Cambra LGBTIQ+

LOT 1: Campanya Pride Barcelona 2026

Propostes innovadores que reflecteixin la temàtica social de l'edició 2026. Capacitat de connectar emocionalment amb el públic local i internacional. Proposta visual que inclogui elements gràfics, estil i narrativa per unificar totes les accions de comunicació.

8. 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 22 del Plec de Clàusules Particulars.

No es poden considerar millores accions que, no formant part de l'objecte del contracte, ja realitzi la Cambra LGBTIQ+ per si mateixa. Ni tampoc, la mera menció de possibles accions que no depenguin directament del licitador i, per tant, no estiguin garantides.

9. 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:**
Presentació de la metodologia prevista pel licitador per a la correcta implementació del servei.
- **Pla operatiu:**
Document que haurà d'incloure, com a mínim, la descripció de la fase de gestió, la metodologia de treball proposada, l'estructura organitzativa del projecte i una proposta de treball calendaritzat.
- **Estratègies de comunicació i relacions públiques:**
Descripció detallada de les estratègies previstes en els àmbits de gestió integral de la comunicació, gestió de premsa, gestió de xarxes socials i gestió del patrocini.
- **Proposta inicial de campanya:**
Es presentarà una proposta inicial de línia creativa o estratègica per a la campanya, d'acord amb els objectius de Pride Barcelona.
- **Organigrama funcional:**
Especificació de l'equip humà assignat al contracte, amb indicació de funcions, responsabilitats i estructura interna.
- **Portfoli de treballs rellevants:**
Relació de treballs o projectes prèviament executats que resultin significatius i comparables.
- **Experiència en projectes LGBTIQ+:**
Acreditació de l'experiència del licitador en projectes vinculats al col·lectiu LGBTIQ+.

- **Millores:**
Descripció de les millores que el licitador proposa incorporar al servei, més enllà de les exigides en el present plec.

10. 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 hola@cambralgtbiq.org

Per LA CAMBRA LGBTIQ+

PeI ADJUDICATARI