

Expedient: 8004330008-2024-0008229
Referència: IGS/flc
Òrgan competent: President/a

DECRET

Aprovar el Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta

Fets

1. La Diputació de Tarragona, en sessió plenària de 26 d'abril de 2024, ha aprovat definitivament el Reglament regulador de la cooperació de la Diputació de Tarragona amb els ens locals mitjançant concertació, que té com a objecte regular la cooperació de la Diputació de Tarragona amb els ens locals per a la prestació de l'assistència econòmica i tècnica, mitjançant concertació, en el marc de l'article 36.2.a LRBRL, abans esmentat, i la disposició addicional vuitena de la Llei 38/2003, de 17 de novembre, general de subvencions.

2. La Diputació de Tarragona, en sessió plenària de 31 de maig de 2024, ha aprovat definitivament el Pla ImpulsDipta – Pla de cooperació mitjançant concertació amb municipis i entitats municipals descentralitzades, que té per objecte concretar de forma consensuada amb els ens locals l'activitat de cooperació com a instrument per articular l'assistència econòmica i tècnica que la Diputació de Tarragona presta als municipis i entitats municipals descentralitzades del seu àmbit territorial.

Ambdós documents constitueixen el marc d'ordenació de la cooperació mitjançant la concertació.

3. El Pla ImpulsDipta estableix que una de les obligacions dels ens locals és adoptar les mesures de difusió per a donar l'adequada publicitat del caràcter públic del finançament de programes, activitats, inversions o actuacions incloses al Pla ImpulsDipta. Aquesta publicitat i difusió s'ha de realitzar d'acord amb el que preveu l'article 43 del Pla ImpulsDipta i en els termes que s'especifiquen al Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta.

4. La Diputació de Tarragona ha elaborat el Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta amb l'objectiu de ser una eina al servei dels ens locals beneficiaris del Pla ImpulsDipta, per tal de facilitar l'acompliment del Pla, de complir l'obligació de difusió i publicitat de les actuacions concertades, així com per a contribuir a la visibilització i a la transparència de les accions conjuntes destinades a la ciutadania. Un cop aprovat aquest Manual es publicarà al web i tauler d'anuncis de la Diputació de Tarragona.

Fonaments de dret

L'article 43 del Pla ImpulsDipta remet al Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta per regular la manera de com s'ha de realitzar la difusió de les actuacions finançades pel Pla ImpulsDipta.

L'article 44 del Pla ImpulsDipta habilita a la Presidència o en qui delegui per dictar instruccions per a l'execució del Pla, així com establir modelatges, plantilles i altres elements necessaris per l'acompliment de les obligacions de les parts dels convenis de concertació.

En conseqüència, RESOLC:

Primer. Aprovar el Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta que s'annexa al present acord.

Segon. Publicar el Manual de Comunicació i Identitat Visual Corporativa del Pla ImpulsDipta al web i al tauler d'anuncis de la Diputació de Tarragona.

Règim de recursos:

- Recurs contenciós administratiu, en el termini màxim de 2 mesos des de la notificació, davant del Jutjat Contenciós Administratiu de Tarragona.

- De manera alternativa i potestativa, recurs de reposició, en el termini màxim d'un mes a comptar des de la notificació, davant del mateix òrgan que l'ha dictat.

La presidenta

Noemí Llauradó Sans

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Seu Electrónica de l'Ens amb el CVE 12FEE1273FC34E6281D3B6AEC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Noemí Llauradó I Sans - DNI ** (TCAT) el dia 16/07/2024 a les 16:04:06

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FEE1273FC34E6281D3B6AEC4D1C886 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Noemí Llauredó I Sans - DNI ** (TCAT) el dia 16/07/2024 a les 16:04:06

impulsdipta



Diputació Tarragona

Manual de Comunicació i Identitat visual corporativa del Pla ImpulsDipta

Versió Juliol de 2024

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC3456281D3B6A8C4D1C688 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Noemí Llauredó I Sans - DNI ** (TCAT) el dia 16/07/2024 a les 16:04:06

Índex

INTRODUCCIÓ	5
1. OBLIGACIONS	6
2. EL PLA DE COMUNICACIÓ DE LES ACTUACIONS. COM COMUNICAR EL SUPORT DE LA DIPUTACIÓ	6
2.1. Cronograma de les accions de comunicació	7
3. PUBLICACIÓ D'UNA NOTÍCIA AL WEB INSTITUCIONAL	9
3.1. Punts clau: contingut i forma de les notícies al web	9
3.2. Exemples de notícies web sobre actuacions finançades amb el pla ImpulsDipta	10
Notícia sobre una inversió	10
Notícia sobre una despesa corrent (en el moment de l'execució)	11
Balanç anual de despesa corrent	11
Notícia sobre una activitat (despesa corrent) que requereix de públic	11
Notícia sobre sanejament de despeses municipals	12
3.3. MÉS CONSELLS PER REDACTAR NOTÍCIES AL WEB	12
3.3.1. Títol	12
3.3.2. Subtítol	12
3.3.3. Text principal	13
3.3.4. Fotografia	13
3.4. Recomanació: Nota de premsa per enviar als mitjans de comunicació Roda de premsa / Visita d'obres	13

4. PUBLICACIÓ ALS MITJANS SOCIALS	14
4.1. Punts clau: obligacions i recomanacions a l'hora de publicar	14
4.2. Exemples de redacció de missatges	15
4.3. Consells i guies d'ajuda	16
4.3.1. El missatge	16
4.3.2. Citació de la Diputació	17
4.3.3. Ús d'etiquetes: #ImpulsDipta	17
4.3.4. Enllaç	17
4.3.5. Ús d'imatges i logotips	17
4.3.6. Formats de publicació i exemples per als principals mitjans socials	18
4.3.6.1. Publicacions de mur de Facebook i LinkedIn	19
4.3.6.2. Microblogging: X (Twitter), Tumblr, Threads	19
4.3.6.3. Publicació en canals de difusió: eAgora (eBando), Telegram	20
4.3.6.4. Publicació fotogràfica: Instagram	21
4.3.6.5. Vídeo horitzontal: Youtube i Vimeo	21
4.3.6.6. Vídeo vertical: Reel d'Instagram, TikTok i Youtube Shorts	22
4.3.6.7. Stories: Instagram, Facebook i TikTok	23
4.3.6.8. Emissió en directe: Youtube, Instagram, Twitch...	24
5. ACTES I ESDEVENIMENTS AMB PÚBLIC	26
5.1. El Cartell	27
5.2. Punts clau	27
6. SOBRE L'ARTICLE 43.4	29
7. NECESSITES AJUDA?	30
ANNEX 1. APLICACIÓ DE LA MARCA DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA	31
L'element gràfic	31
Exemples bàsics d'aplicació	32
Invitació	32
Cartell	33
Full volander	35

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE 12FEE1273FC34B6281D3B6AEC4D1C688 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09.

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Noemí Llauredó I Sans - DNI ** (TCAT) el dia 16/07/2024 a les 16:04:06

Introducció

La comunicació és una funció imprescindible per a les organitzacions del s. XXI, especialment per a les administracions públiques, que conviuen amb el repte d'augmentar la confiança amb la ciutadania i de ser més conegudes, accessibles i transparents.

El manual que teniu a les mans té un doble objectiu: d'una banda, ser una eina al servei dels ajuntaments beneficiaris del Pla ImpulsDipta, per tal de facilitar l'acompliment del pla; i de l'altra, contribuir a l'augment del retiment de comptes i, en definitiva, a la visibilització de l'acció que els ens locals duen a terme amb fons públics, per augmentar el benefici social.

Per a la Diputació de Tarragona, una administració de segon nivell, és imprescindible comptar amb la col·laboració dels ens locals per visibilitzar la seva acció a través de les actuacions que finança. Només així, les seves funcions poden ser percebudes pels ciutadans, els quals, a partir de la informació rebuda, podran avaluar l'actuació de la Diputació amb coneixement de causa.

Fer un bon (responsable) ús de les eines i instruments de comunicació, amb visió estratègica, per part de les administracions públiques, ha de servir, en primera instància, per donar a conèixer a la ciutadania en què invertim temps i recursos. Però, sobretot, és el camí a seguir per enfortir i humanitzar les nostres institucions, fent-les més transparents, properes, confiàbles i orientades a les persones. En definitiva, comunicant bé i de forma responsable les actuacions finançades amb recursos públics fem més democràtica la nostra societat.

El Manual de Comunicació i Identitat visual corporativa del Pla ImpulsDipta és una guia perquè els ajuntaments puguin complir fàcilment amb les obligacions de comunicació del pla, amb informació detallada sobre cadascuna de les obligacions que figuren al Pla ImpulsDipta en relació a la difusió.

Alhora, ofereix alguns consells per treure més partit de cada acció de comunicació que es posa en marxa.

1 OBLIGACIONS

L'article 43 del Pla ImpulsDipta especifica les obligacions de comunicació o difusió que tenen els beneficiaris del pla. Són aquestes:

Títol 9. Difusió de les actuacions concertades

Article 43. Difusió

- 1.** Els ens locals han de fer constar el suport de la Diputació de Tarragona en totes les comunicacions (rodes de premsa, presentacions, publicacions, etc.) que facin relatives a les actuacions incloses en el pla de concertació. Ho han de fer indicant que compten amb el finançament de la Diputació de Tarragona en tots els espais de difusió i publicitat, ja siguin materials gràfics, entorns digitals i suports editats en qualsevol altre format. Aquesta comunicació s'ha d'efectuar en els termes que s'especifiquen al Manual de Comunicació i Identitat visual corporativa del Pla ImpulsDipta disponible al web de la Diputació de Tarragona.

2. En tot cas, en els casos següents caldrà publicar una notícia al web municipal i, com a mínim, a una de les xarxes socials que l'ens local tingui activa en la qual indiqui l'objecte concret i el suport de la Diputació de Tarragona:

- a)** Per cada inversió inclosa en qualsevol programa del Pla ImpulsDipta.
- b)** Pel programa de despesa corrent i per cadascuna de les tipologies d'actuació previst en els programes de salut pública, transició ecològica i cultura, anualment
- c)** Pel programa de sanejament de les finances municipals, en l'anualitat que es produeixi.

La publicació s'efectuarà seguint l'estil i contingut especificat al Manual de Comunicació i Identitat visual corporativa del Pla ImpulsDipta.

3. En el cas d'actuacions que requereixin publicitat prèvia a manera de reclam (com ara esdeveniments o activitats amb assistència de públic), els ens locals també hauran de fer un cartell informatiu que haurà d'incorporar el logotip de la Diputació. Qualsevol altra publicitat gràfica, visual o sonora també haurà d'incorporar el logotip de la Diputació i la indicació del seu suport. Els ens locals hauran de presentar un exemplar i/o evidència de cadascuna de les accions i materials publicitaris i de difusió de l'activitat, on ha de constar la participació/suport de la Diputació d'acord amb el Manual de Comunicació i Identitat visual del Pla ImpulsDipta.

4. Quan es consideri necessari comunicar amb més intensitat algunes de les actuacions subvencionades, els ens locals tenen l'obligació de fer difusió dels missatges o materials de comunicació que la Diputació els pugui lliurar en referència al Pla ImpulsDipta. La Diputació assumirà el cost de la producció dels materials (gràfics o audiovisuals) i els ajuntaments hauran de col·laborar cedint els espais o mitjans disponibles per tal que els missatges siguin accessibles per a la ciutadania. Caldrà que siguin llocs perfectament visibles, per tal que la comunicació sigui eficient i el nombre de contactes entre missatge/persones sigui el màxim possible.

5. Amb la finalitat prevista a l'apartat anterior, els ens locals hauran de traslladar a la Diputació de Tarragona, en el termini màxim d'un mes des de l'adjudicació del contracte d'obres o adquisició incloses en qualsevol dels programes d'inversió del Pla ImpulsDipta, la certificació de l'adjudicació. En el cas de les adjudicacions de l'exercici 2024 anteriors a la signatura del conveni, les certificacions s'hauran de traslladar en el termini màxim d'un mes de l'esmentada signatura.

Com es pot veure, al Pla ImpulsDipta s'hi concreten algunes d'aquestes obligacions, però es remet al Manual que teniu a les mans el detall de la seva aplicació. A més, el Manual ofereix algunes recomanacions per tal que les estratègies de comunicació de cada actuació siguin més eficients.

2

EL PLA DE COMUNICACIÓ DE LES ACTUACIONS. COM COMUNICAR EL SUPORT DE LA DIPUTACIÓ

(EN REFERÈNCIA A L'ARTICLE 43.1 DEL PLA IMPULSDIPTA)

Un cop presa la decisió de dur a terme una actuació, sigui de la naturalesa que sigui, cal reflexionar sobre la manera en què serà comunicada, és a dir, com es donarà a conèixer a la ciutadania una actuació que compta amb recursos públics, en aquest cas, de la Diputació de Tarragona (entre d'altres). Cal que aquest pla de comunicació es dissenyi a la primeria del projecte, per tal que es pugui anar comunicant a mesura que aquest es va executant. D'aquesta manera, podrem donar compte del que estem fent i de la font de finançament des d'un primer moment.

El Pla de Comunicació no deixa de ser una estratègia, més o menys extensa, per tal que el missatge que informa sobre l'actuació finançada amb el Pla ImpulsDipta arribi a la ciutadania. Hi ha múltiples instruments i accions per fer-ho:

Accions amb els mitjans digitals propis de l'ajuntament

- Notícia o article al web municipal
- Publicació a les xarxes socials de l'ajuntament (Facebook, Instagram, X, etc.)
- Aplicacions en línia (eAgora)
- Bàners o altre tipus de publicitat en línia

Accions utilitzant suports físics al municipi

- Cartells
- Plaques interiors o exteriors
- Tanques d'obres
- Díptics, tríptics, fulls volanders o altre material gràfic
- Adhesius identificadors
- Publicitat a les pantalles municipals
- Bans

Accions utilitzant el bé o servei finançat

- Logotip a llibres
- Identificació de vehicles
- Etc.

Actes amb veïnat i/o altres institucions

- Cartes o correus al veïnat
- Presentacions de projecte
- Visites d'obres
- Inauguracions
- Actes d'obertura

Accions als mitjans de comunicació

- Nota de premsa
- Roda de premsa
- Convocatòria de mitjans (per visita d'obres, demostració de l'actuació in situ, etc.)
- Entrevistes, articles d'opinió, etc.
- Trucades a periodistes per promoure l'interès dels mitjans de comunicació en l'actuació i aconseguir entrevistes, articles, etc.

Campanyes de publicitat

- Anuncis a premsa, ràdio, televisió, internet
- Anuncis en suports exteriors (banderoles, OPI'S, tanques, autobusos, etc.)

Etc.

IMPORTANT ➤ Sigui quina sigui la forma que cada ens local faci servir per comunicar, en tots els casos cal que hi consti el suport de la Diputació de Tarragona en el finançament i/o l'assistència tècnica, amb una expressió de l'estil: "Actuació finançada amb el Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona" o bé "Actuació amb el suport del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona".

IMPORTANT ➤ En cas que l'acció de comunicació sigui eminentment gràfica/visual, caldrà acompanyar-la del logotip de la Diputació seguint les indicacions recollides en l'annex d'aquest manual. En cas que l'acció sigui eminentment oral, caldrà fer esment de la frase anterior.

Per garantir un mínim de retiment de comptes, el Pla ImpulsDipta obliga els ens locals a fer servir alguns instruments, com a mínim. Es recomana, però, que l'estratègia de comunicació sigui més àmplia, per tal que sigui més reeixida, obtenint així més beneficis per a l'ajuntament, per a la Diputació i, en definitiva, per al conjunt de la societat.

2.1. CRONOGRAMA DE LES ACCIONS DE COMUNICACIÓ

Tot i pertànyer a diferents tipologies, les actuacions finançades amb el Pla ImpulsDipta respondran a un cicle de vida comú, pel que fa a la seva comunicació.

En el cas que es tracti d'inversions:

- Presentació pública de preprojecte o projecte a la ciutadania (descripció de l'actuació, ubicació, pressupost, beneficis que suposarà per als usuaris i veïns i veïnes, particularitats del seu disseny o de les seves característiques, com transformarà la vida del poble o ciutat...)
- Adjudicació i comunicació de l'inici d'obres (previsió de durada, afectacions als veïns...)

- Desenvolupament de les obres (avenços, primeres imatges dels resultats finals...)
- Obertura de portes i posada en marxa de l'equipament (de vegades, això succeeix prèviament a la inauguració i cal comunicar-ho als possibles usuaris)
- Inauguració (acte amb autoritats, ciutadania...)
- Primers balanços del servei (al cap d'un mes, un semestre, un any... balanç amb nombre d'usuaris i/o serveis prestats, testimonis dels usuaris, etc.)
- L'equipament passa a formar part del conjunt de l'oferta del municipi (es comunica com a oferta al lloc web, es fa comunicació específica sobre el servei que s'ofereix en períodes concrets, etc.)

En el cas que es tracti de despesa corrent que correspongui a un servei amb impacte directe a la ciutadania o estratègic:

- Presentació pública del servei a la ciutadania abans que es dugui a terme (descripció del que es farà, ubicació, calendari, pressupost, beneficis que suposarà per als usuaris i veïns i veïnes, particularitats, com transformarà la vida del poble o ciutat...)
- Inici del servei (primeres imatges, desenvolupament, etc.)
- Desenvolupament del servei / primers balanços del servei (al cap d'un mes, un semestre, un any... balanç amb nombre d'usuaris i/o serveis prestats, testimonis dels usuaris, etc.)
- Finalització del servei i presentació del resultat (comunicació dels resultats, beneficiaris, de la transformació obtinguda, etc.)
- El servei passa a formar part del conjunt de l'oferta del municipi (es comunica com a oferta al lloc web, es fa comunicació específica sobre el servei que s'ofereix en períodes concrets, etc.)

No totes les actuacions han de ser comunicades en cadascuna de les etapes descrites. L'abast, la magnitud, l'interès ciutadà o l'excepcionalitat de cadascuna determinaran en quins d'aquests moments s'obre l'oportunitat de fer comunicació. També cal tenir en compte que no tots els instruments i eines de comunicació s'han de fer servir a cada etapa. Per exemple, el lloc web municipal pot publicar notícies de forma més habitual, però no cal emetre notes de premsa o publicar a les xarxes llevat que hi ha alguna novetat rellevant.

El Pla ImpulsDipta especifica quines són les ocasions mínimes en què s'ha de fer comunicació, però és recomanable que l'estratègia de comunicació sigui més àmplia.

En totes i cadascuna de les publicacions o accions de comunicació que es facin, cal esmentar el finançament del Pla ImpulsDipta.

3

PUBLICACIÓ D'UNA NOTÍCIA AL WEB INSTITUCIONAL

(EN REFERÈNCIA A L'ARTICLE 43.2 DEL PLA IMPULSDIPTA)

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

A part de ser un exercici de transparència amb la ciutadania, escriure i difondre una notícia atorga més notorietat i ressò al tema en concret i proporciona un bon posicionament mediàtic a l'ajuntament.

La notícia és un text informatiu que ens permet explicar un fet (una actuació, un projecte, una activitat...) de manera senzilla però alhora rigorosa, amb una redacció d'estil periodístic.

El Pla ImpulsDipta exigeix que, almenys, es publiquin notícies al web municipal amb la següent periodicitat:

- Per cada inversió inclosa en qualsevol programa del Pla ImpulsDipta.
- Pel programa de despesa corrent i per cadascuna de les tipologies d'actuació previstes en els programes de salut pública, transició ecològica i cultura, anualment.
- Pel programa de sanejament de les finances municipals, en l'anualitat que es produeixi.

Tenint en compte les ocasions de comunicació descrites a l'anterior apartat (Cronograma), cal que cada ajuntament valori si, a més de les que s'indiquen al Pla ImpulsDipta, és oportú comunicar l'evolució de cada actuació o projecte de forma més continuada.

IMPORTANT ➤ La notícia ha de reflectir el benefici que l'activitat, obra o projecte té per a la ciutadania, així com l'import que hi ha destinat la Diputació de Tarragona. I també fer-hi constar obligatòriament (al títol, subtítol o text) que aquella actuació té el suport econòmic i/o tècnic de la Diputació: "...finançada amb el Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona" o bé "...amb el suport del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona".

3.1. PUNTS CLAU: CONTINGUT I FORMA DE LES NOTÍCIES AL WEB

Amb l'objectiu que les notícies publicades pels ens locals compleixin amb el seu objectiu d'explicar a la ciutadania, de forma clara i transparent, les actuacions que està duent a terme el seu ajuntament, i que els textos publicats siguin entenedors i atractius, cal que:

- Estiguin escrites de manera planera i entenedora, fugint del llenguatge administratiu. No han de ser gaire llargues (3 o 4 paràgrafs).
- Que el titular i el cos de la notícia facin referència a la novetat i als beneficis que representa l'actuació per a la ciutadania, o als seus resultats, sempre en clau de servei ciutadà i benefici social. Sovint, ens limitem a posar el títol de cada actuació o el seu pressupost, però és necessari fer un pas més enllà per aproximar-nos als veïns i veïnes que ens llegeixin.

- Acompanyar els textos de fotografies atractives, que permetin identificar l'actuació i, si pot ser, que comptin amb la presència d'alguna persona (per ser més humanes), sempre respectant els seus drets d'imatge.
- Que al títol o al subtítol quedi clara la referència a la participació o suport de la Diputació de Tarragona en l'obra o servei.

3.2. EXEMPLES DE NOTÍCIES WEB SOBRE ACTUACIONS FINANÇADES AMB EL PLA IMPULSDIPTA

Els exemples que es mostren a continuació són simplement una mostra i no tenen la voluntat de ser una guia tancada.

NOTÍCIA SOBRE UNA INVERSIÓ

(nom del municipi) obre a la ciutadania el remodelat carrer Major, més còmode i segur per a vianants i vehicles

Les obres han comptat amb el suport de la Diputació de Tarragona

El municipi de (nom) ja ha obert al trànsit el remodelat carrer Major, ara més còmode i segur per al pas de vianants i la circulació de vehicles. L'ajuntament ha impulsat aquesta destacada actuació de millora, que ha comptat amb el suport econòmic del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona, institució que hi ha destinat 100.000 €.

Les obres, que es van iniciar el passat mes de novembre, han incidit en el subsol i la superfície de tota aquesta via (de 400 metres de llargada). Els treballs han significat la substitució de la xarxa d'aigua i de clavegueram i la instal·lació de canalitzacions de gas i de fibra òptica. Així mateix, la superfície del carrer s'ha refet amb un paviment antilliscant, molt més segur que l'anterior, i amb uns colors que augmenten l'atractiu d'aquest carrer, el més llarg i centric de la localitat.

La reforma ha inclòs la substitució dels fanals existents per lluminàries més sostenibles des del punt de vista energètic i lumínic, la plantació d'arbres al tram inicial del carrer, i l'habilitació d'un espai de lleure i ombra amb bancs a la part central de la via.

L'ajuntament inaugurarà oficialment el carrer amb un acte obert a tota la ciutadania, el pròxim diumenge al migdia, al tram central del carrer Major. Hi assistiran l'alcalde (nom) i el conjunt del consistori, acompanyats de la presidenta de la Diputació de Tarragona (nom) i dels diputats (nom i càrrec).

Un segon dipòsit municipal, finançat amb el suport de la Diputació de Tarragona, millorarà el subministrament públic d'aigua a (nom municipi)

L'ajuntament inicia les obres de l'equipament, amb una inversió de 120.000 €

El nou dipòsit garantirà reserves hídriques en cas de sequera i també donarà resposta a un hipotètic augment de la població en el futur

L'ajuntament de (nom municipi) ha iniciat les obres de construcció d'un segon dipòsit d'aigua de consum humà amb el qual gairebé es doblarà la capacitat d'emmagatzematge al municipi. La nova infraestructura té un pressupost de 120.000 €, dels quals 90.000 € els aporta el Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona.

El nou dipòsit, de 15.000 metres cúbics, es construeix al costat del ja existent, a la partida de la Coma. Permetrà emmagatzemar-hi l'aigua sobrant del primer dipòsit, que té 20.000 metres cúbics. D'aquesta manera, es garantiran les reserves hídriques en cas de sequera al municipi, i també es donarà resposta a un hipotètic augment de la població en el futur.

Les obres es preveu que durin 6 mesos i que el nou dipòsit entri en funcionament a final d'aquest any 2024. A part dels recursos aportats per la Diputació, aquesta actuació compta amb el suport econòmic de fons propis de l'ajuntament i d'un ajut de la Generalitat.

NOTÍCIA SOBRE UNA DESPESA CORRENT (EN EL MOMENT DE L'EXECUCIÓ)

L'Ajuntament de (nom municipi) inicia la neteja de franges i parcel·les forestals amb ramats per reduir el risc d'incendis aquest estiu

Un any més, aquesta actuació de manteniment compta amb el suport econòmic de la Diputació de Tarragona

Un total de 4 ramats de cabres i ovelles de ramaders de (nom municipi) pasturen des d'aquest dimarts i durant tot el mes de maig en diferents espais forestals de propietat municipal per reduir-ne la vegetació i minimitzar, així, el risc d'incendis aquest estiu.

Aquesta actuació de manteniment es du a terme en franges perimetrals de baixa densitat de vegetació i en parcel·les interiors de tipologia forestal, a les zones de l'Ermida, la Cova i vora els camins d'accés a les urbanitzacions la Rodona I i II.

Els treballs tenen un pressupost de 8.000 €, finançats íntegrament pel Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona, i representen un destacat impuls a la sostenibilitat aplicada al manteniment d'espais, infraestructures i serveis municipals; a la prevenció d'incendis forestals i al foment de l'ocupació d'empreses locals.

BALANÇ ANUAL DE DESPESA CORRENT

El Consistori de (nom municipi) ha realitzat enguany 12 analítiques per garantir la qualitat de l'aigua de consum humà, finançades pel Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona

S'han dut a terme un cop cada mes i han tingut un cost conjunt de 12.000 euros

L'Ajuntament de (nom municipi) ha encarregat aquest any 2004 un total de 12 analítiques de laboratori per al control de la qualitat de l'aigua de consum humà. S'han dut a terme un cop cada mes i han tingut un cost conjunt de 12.000 euros, que ha anat a càrrec de la Diputació de Tarragona (mitjançant el Pla ImpulsDipta) en el marc del suport continuat de la institució als ens locals en el camp de la salut pública.

Aquestes actuacions tenen com a objectiu garantir la bona qualitat de l'aigua al municipi, tant a la xarxa d'abastiment públic com a les fonts del terme municipal, segons ha destacat l'alcaldeessa (nom). D'aquesta manera, es pretén detectar possibles episodis de contaminació amb nitrats als aqüífers que alimenten alguna de les fonts del municipi, com va succeir la tardor de 2020.

NOTÍCIA SOBRE UNA ACTIVITAT (DESPESA CORRENT) QUE REQUEREIX DE PÚBLIC

El III Cicle de Cinema Ruralia de (nom municipi) omple les 8 sessions programades i es consolida com a proposta cultural de referència a la demarcació

Organitzat per l'Ajuntament i l'Associació Cultura Viva, amb el suport de la Diputació de Tarragona

El III Cicle de Cinema Ruralia de (nom municipi) a l'entorn del món rural s'ha consolidat com una proposta de referència al municipi i al conjunt de la demarcació de Tarragona, d'on prové gairebé la meitat dels espectadors de les 8 sessions programades. En cadascuna de les projeccions s'ha omplert l'aforament de la sala del Foment Municipal (200 butaques), un espai que també ha acollit els tres debats previstos pels organitzadors del cicle (ajuntament i Associació Cultura Viva).

Les sessions s'han dut a terme al llarg de tot el mes de juny, i s'hi ha projectat les pel·lícules (nom dels films). Pel que fa als debats, hi ha participat (noms). El cicle ha tingut un pressupost de 20.000 €, aportats per la Diputació de Tarragona a través del Pla ImpulsDipta.

L'alcalde (nom) i la regidora de Cultura (nom) han coincidit en la importància del cicle com a revulsiu cultural al municipi, tant per la qualitat de les pel·lícules com pel debat que generen a l'entorn del món rural. Tots dos també han destacat el retorn econòmic d'aquesta proposta, que atrau espectadors d'arreu de la demarcació, part dels quals omplen els restaurants del poble i alguns fins i tot pernocten als allotjaments rurals.

NOTÍCIA SOBRE SANEJAMENT DE DESPESES MUNICIPALS

L'Ajuntament de (nom municipi) amortitza de manera extraordinària i anticipada 500.000 € de préstec, gràcies a l'ajut de la Diputació de Tarragona

La reducció permetrà impulsar noves actuacions estratègiques al municipi

L'Ajuntament de (nom municipi) ha reduït en 500.000 € el préstec subscrit amb BankaSegura. Aquesta reducció ha estat possible gràcies a un ajut de la Diputació de Tarragona orientat al sanejament de les finances municipals, en el marc del pla ImpulsDipta, el pla de cooperació amb els ajuntaments mitjançant concertació.

Amb aquesta amortització, el deute de l'Ajuntament se situa en 800.000 € a data d'avui (30/12/2024). L'alcalde de (nom municipi) ha destacat que la rebaixa del préstec permetrà impulsar noves actuacions estratègiques al municipi que serviran per millorar els serveis i la qualitat de vida de la població.

3.3. MÉS CONSELLS PER REDACTAR NOTÍCIES A LA WEB

3.3.1. TÍTOL

Ha de resumir el fet i ser directe, concís i atractiu. És recomanable que no superi les 2 línies, com a màxim.

3.3.2. SUBTÍTOL

És opcional, i serveix per aportar detalls que no han cabut al títol, que també siguin atractius i rellevants, sense repetir el que ja s'ha dit al títol. És recomanable que no superi les 3 línies, com a màxim. Es poden fer 2 o 3 subtítols en una mateixa notícia.

3.3.3. TEXT PRINCIPAL

El redactat de la notícia ha d'explicar el fet de manera entenedora i completa (ha de donar resposta a les preguntes què, qui, com, quan, on i per què), amb un estil àgil atractiu. Es recomana fer servir el temps verbal present o perfet de l'indicatiu.

El primer paràgraf ha de resumir el més important de la notícia, i la resta del text ha d'oferir-ne els detalls. I si es considera convenient, la part final pot contenir informació complementària que permeti contextualitzar i entendre millor el fet.

Si s'hi esmenten altres institucions o persones, cal estar segurs que hem consensuat amb elles el contingut de la notícia. I si es tracta de menors d'edat caldrà l'autorització dels pares o tutors.

3.3.4. FOTOGRAFIA

Acompanyar el text amb una fotografia ajuda a entendre millor la notícia, alhora que la fa visualment més atractiva i crida més l'atenció del lector. La imatge ha de ser de bona qualitat i òptima resolució (unes dimensions aproximades de 1.080 x 608 píxels). Han d'anar acompanyades d'una breu explicació descriptiva (peu de foto).

IMPORTANT > La imatge ha de ser pròpia de l'Ajuntament o bé de lliure distribució. Si hi surten persones, caldrà demanar-los consentiment per qüestió de drets d'imatge, i si són menors d'edat en caldrà l'autorització dels pares.

Sobre les fotografies, cal que:

- > Siguin rellevants i expliquin l'actuació.
- > Siguin comprensibles per a tothom i estiguin contextualitzades (abast de la captura, imatge panoràmica combinada amb una foto detall, etc.).
- > L'objecte o acció estigui ben il·luminat i enfocat, amb una composició de la imatge equilibrada. Segueix la regla dels terços col·locant els elements importants als punts d'intersecció de les línies imaginàries.
- > No apareguin elements que poguessin desviar l'atenció del que es vol explicar.
- > Connectin amb els usuaris. L'aparició de persones fa la imatge més humana i impactant, ajuda a captar l'atenció i a fer més comprensible l'actuació, sobretot quan aquestes són les protagonistes de l'acció.

3.4. RECOMANACIÓ: NOTA DE PREMSA PER ENVIAR ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ / RODA DE PREMSA / VISITA D'OBRES

Si es considera que l'actuació finançada amb el pla ImpulsDipta és molt destacada i pot generar gran interès, la mateixa notícia que s'ha escrit i publicat al web municipal pot donar lloc a una nota de premsa per enviar als mitjans de comunicació, si bé aquest tipus de publicació no compta a efectes de donar compliment a les publicacions mínimes requerides en la comunicació del Pla ImpulsDipta. També es pot valorar convidar els periodistes a una roda de premsa per explicar-los-hi els detalls i respondre les seves preguntes, o convocar-los a una visita in situ a unes obres, o a un equipament o un servei ja acabat.

4 PUBLICACIÓ ALS MITJANS SOCIALS

(EN REFERÈNCIA A L'ARTICLE 43.2 DEL PLA IMPULSDIPTA)

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

Les actuacions que compten amb el suport del Pla ImpulsDipta també s'han de comunicar als perfils socials que l'ens local tingui actiu.

L'article 43 de les bases del Pla ImpulsDipta, que tracta sobre la difusió de les actuacions concertades, estableix que els ens locals han de fer constar el suport de la Diputació de Tarragona en totes les comunicacions que facin relatives a les actuacions incloses en el pla de concertació i que ho hauran de fer en els termes que s'especifiquen en aquest mateix manual. A més, s'especifica que caldrà publicar, com a mínim i en els termes que s'estableix en l'apartat 2 del mateix article, una publicació en una de les xarxes socials que l'ens local tingui actives.

Els mitjans socials més comuns entre els ens locals són Facebook, X (Twitter), Instagram, TikTok o Youtube, entre altres. També s'hi poden incloure els canals de difusió, com eAgora (eBando) o Telegram. Tots ells són vàlids per a dur a terme la comunicació requerida a les bases del Pla ImpulsDipta.

L'ens local haurà de decidir quines xarxes seran les millors per a comunicar les actuacions. Cada xarxa té les seves particularitats, llenguatge i idiosincràsia i el perfil dels seus usuaris sol ser lleugerament distint. Per tant, és important adaptar el missatge que volem comunicar a cada plataforma i públic.

OBLIGATORI > La comunicació de l'actuació inclosa dins el Pla ImpulsDipta s'ha de fer, com a mínim, a un dels mitjans socials de l'ajuntament. Si l'actuació es difon en diversos mitjans socials, caldrà fer-hi constar el suport de la Diputació en totes les publicacions. Per això, serà necessari citar el perfil de la institució (o, per defecte, "Diputació de Tarragona") i l'etiqueta #ImpulsDipta, seguint les recomanacions incloses en aquest manual.

RECOMANACIÓ > És recomanable planificar les publicacions als mitjans socials, preveient quines imatges o vídeos seran necessaris i valorant quins són els millors moments per a publicar (abans, durant i/o després de l'actuació) i en el qual es pot despertar més l'interès de la ciutadania.

4.1. PUNTS CLAU: OBLIGACIONS I RECOMANACIONS A L'HORA DE PUBLICAR

En la publicació de les actuacions a les xarxes socials cal tenir en compte que:

- Cal explicar l'actuació, preferiblement posant èmfasi en el benefici que aporta a la ciutadania, i destacant el suport de la Diputació.
- Si el grau de finançament de l'actuació per part de la Diputació és elevat o total, cal especificar-ho.

- Si l'actuació compta amb el suport i l'assistència dels serveis tècnics de la Diputació, cal explicar-los en la mesura que sigui possible en el mitjà social en qüestió.
- Quan se citi la Diputació de Tarragona, cal que s'esmenti/referenciï el seu perfil institucional en el mitjà social (en cas que sigui possible).
- S'ha d'utilitzar l'etiqueta #ImpulsDipta.
- És recomanable incorporar un enllaç a la notícia del web de l'ajuntament.
- És recomanable incorporar imatges o vídeos rellevants que reforcin el missatge.
- En cas que es publiquin imatges i vídeos sobre l'actuació i en els quals hi apareguin els logotip de l'ajuntament com a promotor, caldrà que s'afegeixi el logotip de la Diputació seguint les instruccions contingudes en l'annex d'aquest mateix manual.
- En cas que es facin altres publicacions l'objecte de les quals no sigui explicar l'actuació en global i siguin derivades d'aquesta (per exemple, per a cadascun dels concerts d'un cicle o per els avenços en la construcció d'un equipament), caldrà que es faci constar simplement el suport de la Diputació (citant el seu perfil) i afegint l'etiqueta #ImpulsDipta.

IMPORTANT ➤ Les publicacions als mitjans socials amb una duració limitada (que es despubliquen al cap d'un temps) no es tindran en compte a efecte de donar compliment a les publicacions mínimes requerides en la comunicació del Pla ImpulsDipta. És el cas de les stories, habituals a plataformes com Instagram, Facebook o TikTok. En aquest sentit, tampoc es tindran en compte les emissions en directe.

4.2. EXEMPLES DE REDACCIÓ DE MISSATGES

Els exemples de publicacions que es mostren a continuació són simplement una mostra i no tenen la voluntat de ser una guia tancada.

Exemple de publicació sobre una inversió, a Facebook:

“Els veïns i veïnes de [població] ja no cal que es desplacin a un altre municipi per vetllar als seus difunts. Obre portes la nova sala de vetlles municipal, construïda amb el suport de la [Diputació de Tarragona](#), que hi ha col·laborat amb la redacció del projecte, la direcció d'obres i una aportació de 400.000 euros a través del Pla [#ImpulsDipta](#).”

¡ Més informació: [enllaç a la notícia publicada al web municipal]

[Fotografies de la nova sala de vetlles]”

Exemple de publicació anual sobre un tipus d'actuació del programa de salut pública, a X (Twitter):

“🦟👉 El #mosquittigre i la #moscanegra, a més de les molèsties que ens ocasionen, poden transmetre malalties greus. 🙌 Des de l'Ajuntament i amb el suport de @Dipta_cat, hem dut a terme en els mesos de calor diverses actuacions de prevenció, control i reducció d'aquests insectes.

📌 [Enllaç a la notícia del web de l'ajuntament]

#NomMunicipi #ImpulsDipta #SalutPública

[Foto d'una de les actuacions]”

Exemple de publicació de servei relativa a una actuació del Pla ImpulsDipta, a eAgora:

“Avis! Tancament de la piscina coberta entre el 18 i el 22 de maig

Us informem que des d'avui i fins divendres, 22 de maig, la piscina municipal coberta romandrà tancada. Durant aquests dies es renovarà el sistema de bombeig de l'aigua. L'actuació, que permetrà millorar l'eficiència energètica de les instal·lacions, està finançada a través del Pla #ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona.

[Foto de la piscina municipal]”

Exemple de publicació de presentació d'un esdeveniment, a Instagram:

“🎵 Torna el #FestivaldelmeuPoble! 📅 Del 23 de juny al 31 de juliol, el #TeatreMunicipal acollirà les actuacions de les millors bandes del pop català 🎤, amb el suport de @Dipta_cat @AltraAdministració

📌 Consulta tota la programació a: [web del festival]

#Cultura #NomMunicipi #ImpulsDipta

[Imatge del cartell o vídeo presentació, que en cas d'incorporar els logotips institucionals hi haurà de constar el logotip de la Diputació]”

Al final d'aquest apartat hi ha disponibles més exemples de publicacions als mitjans socials.

4.3. CONSELLS I GUIES D'AJUDA

4.3.1. EL MISSATGE

Perquè el missatge arribi al públic i sigui efectiu, cal que s'adapti als condicionants de cada mitjà social, presentant-lo de manera concisa, entenedora i fàcil de llegir. La millor manera és centrar-se en un únic missatge.

Amb el missatge, el públic s'ha de sentir interpel·lat com a beneficiari de l'actuació i cal destacar-ne el suport rebut per part de la Diputació. Totes les publicacions que es facin abans, durant i després de l'actuació, hauran de fer referència a aquest suport.

Si el tipus de publicació ho permet, en el missatge també s'hi poden incorporar detalls importants de l'actuació i l'aportació de la Diputació. Si el grau de finançament per part del Pla ImpulsDipta és elevat, caldrà especificar la quantia econòmica aportada. Si l'actuació ha comptat amb l'assistència dels serveis tècnics de la Diputació (Arquitectura municipal, Secretaria i Intervenció...) en el marc del Pla ImpulsDipta, també caldrà especificar-los.

Si el missatge és llarg, cal destacar el benefici i el suport de la Diputació al començament.

El missatge es pot acompanyar normalment amb emoticones en el text, a més d'imatges, vídeos... Tots aquests elements ajuden a reforçar-lo i a fer-lo més atractiu.

OBLIGATORI > L'actuació i el suport rebut per part de la Diputació han de centrar el missatge en aquelles publicacions requerides en el marc del Pla ImpulsDipta. Destacant el benefici de l'actuació per a la ciutadania, s'aconseguirà que el missatge sigui més comprensible.

RECOMANABLE > El missatge cal adequar-lo a cada plataforma social, tipus de publicació, objectiu i destinatari. No és el mateix convidar a participar a joves a una activitat via TikTok que donar compte del sanejament de les finances municipals via Facebook.

Per a publicacions sobre esdeveniments, l'apartat sobre activitats amb públic d'aquest mateix manual hi ha disponibles més consells de publicació.

4.3.2. CITACIÓ DE LA DIPUTACIÓ

La Diputació de Tarragona té presència als principals mitjans socials: Facebook (@dipta.cat), X (@dipta_cat), Instagram (@dipta_cat), Youtube (@diputaciodeltarragona), LinkedIn (Diputació de Tarragona) i TikTok (@dipta_cat). Al web www.dipta.cat/xarxes-socials hi ha recollits tots els perfils actuals de la institució.

OBLIGATORI > n cas que no existeixi un perfil de la Diputació o no es pugui citar directament, cal esmentar a la institució amb el seu nom complet (Diputació de Tarragona).

4.3.3. ÚS D'ETIQUETES: #ImpulsDipta

Amb l'ús de l'etiqueta #ImpulsDipta es facilita la coneixença del conjunt d'actuacions realitzades en el marc del Pla ImpulsDipta.

Les etiquetes (conegudes com a *hashtags* i que sovint comencen amb el símbol '#') permeten contextualitzar les publicacions i descobrir altres continguts de la mateixa temàtica. Es poden introduir bé com a substitució d'un concepte (per exemple, '#ImpulsDipta' en lloc de 'Pla ImpulsDipta') o bé al final de la publicació.

OBLIGATORI > Cal utilitzar l'etiqueta #ImpulsDipta en les publicacions als mitjans socials per a contextualitzar el suport de la Diputació en les actuacions objecte de comunicació.

En les publicacions també es poden utilitzar altres etiquetes segons l'àmbit de l'actuació objecte de comunicació, ja siguin d'ús comú (#MosquitTigre), d'àmbit territorial, creades per l'ajuntament (#SantJordiMunicipi) o per altres entitats (#CulturaDipta).

4.3.4. ENLLAÇ

En la publicació als mitjans socials sempre és recomanable facilitar un enllaç (sempre que sigui possible) per si algú desitja ampliar la informació o inscriure's a alguna activitat. Aquesta opció esdevé una bona oportunitat per ampliar la difusió de les notícies publicades al web municipal. És una manera de rendibilitzar l'esforç realitzat en l'elaboració de la notícia.

4.3.5. ÚS D'IMATGES I LOGOTIPS

Per a reforçar el missatge de les publicacions als mitjans socials, és recomanable afegir-hi una o diverses imatges il·lustratives de l'actuació (fotografies, infografies, cartells o vídeos).

En el cas de les fotografies, cal que:

- Siguin rellevants i expliquin l'actuació.
- Siguin comprensibles per a tothom i estiguin contextualitzades (abast de la captura, imatge panoràmica combinada amb una foto detall, etc.).
- L'objecte o acció estigui ben il·luminat i enfocat, amb una composició de la imatge equilibrada. Un bon consell és seguir la regla dels terços col·locant els elements importants als punts d'intersecció de les línies imaginàries.
- No apareguin elements que poguessin desviar l'atenció del que es vol explicar.
- Connectin amb els usuaris. L'aparició de persones fa la imatge més humana i impactant, ajuda a captar l'atenció i, quan aquestes són les protagonistes de l'acció, ajuden a fer més comprensible l'actuació.

En el cas de la gravació i edició de vídeos, és recomanable:

- Planificar el que es vol explicar i preveure quines captures es poden utilitzar (plans generals, mig i curts, pla continu).
- Utilitzar una bona càmera (mòbil o càmera independent).
- Procurar una bona il·luminació.

- Mantenir l'estabilitat, evitant tremolors i moviments bruscos.
- Assegurar un so nítid.

Una bona captura de vídeo estalviarà temps en l'edició.

IMPORTANT ➤ Si la imatge o el vídeo que es vol publicar als mitjans socials incorpora una infografia en què hi consti el logotip de l'ens local com a promotor de l'actuació, caldrà que afegir el logotip de la Diputació en el format que s'especifica en l'annex d'aquest mateix manual. De la mateixa manera, si aquest esment es fa a través de text o veu, també caldrà referenciar el suport de la Diputació.

RECOMANACIÓ ➤ És recomanable publicar únicament imatges o vídeos dels quals se'n disposin de tots els drets. Si apareixen persones, cal comptar amb el seu consentiment, llevat que siguin fotografies actuals d'un acte públic objecte de notícia (inauguració, presentació de llibre...). En qualsevol cas, cal ser especialment curós amb els drets d'imatge dels menors. Si s'utilitzen fotografies, imatges, textos o àudios d'altri i protegits pels drets d'autor, cal que disposar dels respectius consentiments, llicències, etc.

4.3.6. FORMATS DE PUBLICACIÓ I EXEMPLES PER ALS PRINCIPALS MITJANS SOCIALS

A continuació es recullen indicacions, consells d'ajuda i exemples per a l'hora d'elaborar les publicacions a les xarxes socials. Estan organitzats segons els diversos formats de publicació existents actualment en els diversos mitjans socials.

IMPORTANT ➤ Els exemples de publicacions que es mostren a continuació són simplement una mostra i no tenen la voluntat de ser una guia tancada. Cada ens local pot utilitzar el to, el format, l'estructura del missatge, l'ús d'emoticones o altres recursos, la creativitat... que estimi oportuns. En qualsevol cas, caldrà donar a conèixer l'actuació i el suport de la Diputació de Tarragona.

RECOMANABLE ➤ En cas de necessitar ajuda, existeixen diverses eines amb intel·ligència artificial que poden facilitar la feina de creació de textos i material audiovisual destinat a mitjans socials. En qualsevol cas, s'ha de ser conscient que caldrà donar bones instruccions (*prompt*) i que caldrà supervisar el material obtingut per si cal corregir-lo i/o adequar-lo.

4.3.6.1. Publicacions de mur de Facebook i LinkedIn

Les publicacions de mur de les pàgines de Facebook o LinkedIn són el tipus de publicacions més semblants a les entrades de blogs, ja que permeten esplaïar-se i publicar continguts sense tantes limitacions.

Indicacions

- Cal presentar l'actuació i especificar el suport rebut a través del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona.

- En cas d'optar per missatges llargs, cal destacar el suport de la Diputació de Tarragona en les primeres línies.
- Cal citar el perfil de la Diputació i l'etiqueta #ImpulsDipta.

Consells

- És recomanable acompanyar la publicació amb un enllaç a la notícia relacionada al web municipal. També s'hi poden afegir imatges o un vídeo que reforcin el missatge.
- Les publicacions a LinkedIn funcionen de manera similar a Facebook. La diferència és en el públic, ja que no és d'abast general i està adreçada a un públic professional.
- En el text s'hi poden afegir emoticones, tot i que no disposen d'una eina específica per inserir-les,

Exemple d'una publicació a Facebook

“🔥❌ Iniciem la neteja de franges i parcel·les forestals de l'ajuntament per a reduir el risc d'incendis aquest estiu. 🌿🐄 Quatre ramats de cabres i ovelles pasturaran fins a finals de maig a les zones de l'Ermita, la Cova i vora els camins d'accés a les urbanitzacions. L'actuació està finançada íntegrament pel Pla #ImpulsDipta de la [Diputació de Tarragona](#).

¡ Més informació: [enllaç a la notícia publicada al web municipal]

[Fotografies dels tècnics treballant o de l'abans i el després de l'actuació]”

4.3.6.2. Microblogging: X (Twitter), Tumblr, Threads

Aquests mitjans socials permeten la publicació de missatges en format breu, limitats per un número de caràcters.

Indicacions

- Cal ser concís i clar. Una publicació, una idea: és recomanable explicar l'actuació a partir del benefici per a la ciutadania, explicitant el suport de la Diputació de Tarragona, citant el seu perfil (si en disposa) i l'etiqueta #ImpulsDipta.
- A X, és possible generar un fil de publicacions en el cas que es vulgui explicar més abastament l'actuació o es vulgui retransmetre un acte. En aquest cas, la primera publicació, que recollirà la idea principal, haurà d'incloure la presentació de l'actuació i l'esment del suport de la Diputació (citant el perfil oficial i l'etiqueta #ImpulsDipta).

Consells

- Un bon punt de partida per elaborar la publicació és el títol i el subtítol de la notícia que s'hagi elaborat anteriorment.
- Creativitat: el missatge es pot acompanyar amb emoticones, etiquetes i imatges que permetin una lectura ràpida. Les etiquetes i les emoticones es poden utilitzar en mig del missatge per a facilitar la lectura i estalviar caràcters.

- És recomanable afegir l'enllaç a la notícia publicada al web municipal, per si algú desitja ampliar la informació.

Exemple a X (Twitter)

“Millorem les finances municipals amb l'amortització extraordinària i anticipada de 500.000 EUR d'un préstec gràcies a un ajut del Pla [#ImpulsDipta](#) de [@Dipta_cat](#). La reducció permetrà impulsar noves actuacions estratègiques per a [#NomMunicipi](#).”

i [Enllaç a la notícia del web de l'ajuntament]

[Foto de la façana de l'ajuntament]”

4.3.6.3. Publicació en canals de difusió: eAgora (eBando), Telegram

Els canals de difusió deixen poc marge per a la interacció amb els usuaris ja que estan pensats per fer arribar missatges d'una manera unidireccional, ja que parteixen del concepte de ban i la informació de servei. Per tant, se sol utilitzar per a convocatòries d'agenda o informar d'actuacions que s'estan realitzant i que poden tenir afectació per a la ciutadania. També s'utilitza, en ocasions, per a publicar actualitat local dels municipis.

Indicacions


- Cal presentar l'actuació i especificar el suport rebut a través del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona.
- En cas que s'opti per missatges llargs, cal destacar el suport de la Diputació de Tarragona en les primeres línies o en el títol (en cas d'existir aquest camp).
- En el cas dels canals de difusió, és possible que no es pugui citar cap perfil institucional i les etiquetes (hashtags) no funcionin. En aquest cas, cal que es refereixi a la Diputació amb el seu nom complet (“Diputació de Tarragona”) i es pot substituir l'etiqueta [#ImpulsDipta](#) amb un esment al Pla ImpulsDipta.

Consells

- És recomanable acompanyar el missatge amb alguna imatge o fotografia. També s'hi poden afegir cartells i petits clips de vídeo (segons el mitjà social).
- També s'hi pot afegir un enllaç al web municipal per si es pot ampliar la informació.

Exemple

“Masterclass per a un envelliment saludable

 El proper dissabte, 15 de juny, hem organitzat una sessió per introduir-nos en bons hàbits per millorar la salut a través de l'alimentació i l'exercici físic. L'activitat, destinada a majors de 55 anys, està organitzada per l'Ajuntament i finançada pel Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona.

 Us esperem a les 7 de la tarda al Parc de Salut (carrer de les Eres)! Porteu roba còmoda!

[Cartell de l'activitat]”

4.3.6.4. Publicació fotogràfica: Instagram

Instagram és un mitjà social destinat a la publicació de fotos. També s'hi poden afegir vídeos.

Indicacions

- Caldrà disposar de material fotogràfic rellevant que expliqui l'actuació.
- Hi ha qui opta per utilitzar Instagram per a publicar imatges infogràfiques, com ara cartells adaptats al mitjà. Si s'opta per a afegir-ne, cal tenir present que si s'hi incorpora el logotip de l'ajuntament com a promotor, caldrà que s'afegeixi el de la Diputació seguint les indicacions disponibles a l'annex d'aquest mateix manual.
- En el camp de descripció cal que es detalli el suport de la Diputació en l'actuació i s'afegeixi l'etiqueta #ImpulsDipta.

Consells

- És recomanable publicar sempre que sigui possible imatges creatives, originals, atractives i que expliquin l'actuació.
- Si es publiquen infografies, cal tenir en compte que la pantalla dels dispositius mòbils és petita i que molts usuaris poden tenir dificultat per a llegir textos petits. És recomanable adaptar les imatges a aquesta circumstància.

Exemple

“Estrenem nou Casal de Joves de #NomPoblació! 📖 Aquest divendres ha obert portes aquest equipament finançat a parts iguals per l'@ajuntamentMunicipi i la @Dipta_cat.

! Més informació: [web de l'ajuntament]

#Cultura #NomMunicipi #ImpulsDipta

[10 fotos sobre la inauguració, les instal·lacions i dels usuaris fent ús de les instal·lacions]”

4.3.6.5. Vídeo horitzontal: Youtube i Vimeo

Les principals plataformes de vídeo tradicional (format horitzontal i sense restricció de temps) són Youtube i Vimeo, tot i que hi ha altres mitjans socials com Facebook que també ofereixen opcions. Aquests mitjans socials estan pensats per la visualització dels vídeos en múltiples plataformes (ordinadors, mòbils, televisors, incrustats en webs...).

Indicacions

- En el vídeo caldrà que hi consti o s'expliqui el suport de la Diputació de Tarragona amb l'actuació.
- Si en el vídeo es mostra una infografia amb el logotip de l'ajuntament com a promotor de l'actuació, també caldrà que hi aparegui el de la Diputació de Tarragona en els termes que s'especifiquen en l'annex d'aquest mateix manual. Això també s'aplica en el cas de la caràtula de portada de vídeo.

- Si existeix un camp de títol o descripció, com en el cas del Youtube, també caldrà destacar-hi que l'actuació compta amb el suport de la Diputació de Tarragona. Afegeix l'etiqueta #ImpulsDipta si la plataforma ho permet.

Consells

- Per a vídeos llargs, és preferible plataformes com Youtube i Vimeo.
- Els mitjans socials com Facebook premien aquelles publicacions amb vídeo pujats a la seva plataforma en lloc d'enllaços a vídeos pujats en altres plataformes com Youtube.
- X (Twitter) permet publicar vídeos en les seves limitacions, però amb un límit temporal per als comptes sense subscripció de pagament.
- Plataformes com Youtube i Vimeo permeten incrustar al vostre web (i en altres) els vídeos que hi publiquem.

Exemple a Youtube

[Títol] “Projecte de nova seu de l'Ajuntament de [NomPoblació] a la plaça de Catalunya”

[Descripció] Informació sobre l'actuació, detallant el suport tècnic i de finançament rebut a través del Pla Impulsa de la Diputació de Tarragona. Quan s'esmenti la Diputació, citar-ne el perfil i afegir l'etiqueta #ImpulsDipta.

[Miniatura/imatge de portada] Imatge del render 3D del futur equipament, acompanyada dels logotip de l'ajuntament i els col·laboradors (Diputació de Tarragona).

[En el vídeo] Cal detallar el suport rebut per la Diputació (veu en off, persona entrevistada, text sobreimpressionat i/o caràtula institucional amb els logotips).

4.3.6.6. Vídeo vertical: Reel d'Instagram, TikTok i Youtube Shorts

Els vídeos verticals, coneguts com a *reels*, estan pensats per reproduir-los sobretot a través dels dispositius mòbils i, per tant, és millor que siguin breus. Algunes plataformes els limiten a 1 minut o a uns quants minuts.

IMPORTANT > Aquest tipus de publicació no compta a efectes de donar compliment a les publicacions mínimes requerides en la comunicació del Pla ImpulsDipta.

Indicacions

- En el vídeo caldrà que hi consti o s'expliqui el suport de la Diputació de Tarragona amb l'actuació.
- En camp de títol o descripció cal destacar-hi que l'actuació compta amb el suport de la Diputació de Tarragona.
- Cal citar el perfil de la Diputació i l'etiqueta #ImpulsDipta.

Consells

- Si s'elabora un vídeo per a una d'aquestes plataformes, es pot aprofitar per a publicar-lo en altres. De vegades un mateix vídeo funciona en una plataforma i en una altra no.
- Abans d'elaborar un vídeo vertical, cal pensar en quines plataformes es vol publicar per si cal adaptar-lo a les limitacions de cadascuna.
- Els primers segons són importants per captar l'interès dels usuaris. Cal ser creatiu i utilitzar aquells recursos que ajudin a mantenir-lo al llarg del vídeo.
- A TikTok, el vídeo és el protagonista. El seu contingut està pensat especialment per a tipus de vídeos que no caduquen o informació d'actualitat d'especial rellevància. El vídeo és el principal protagonista.
- Els reels a Facebook. No solen utilitzar-se tant com a Instagram i el seu abast sol ser més limitat. Com que ambdues plataformes es poden vincular, el més fàcil és publicar-los des d'Instagram i, automàticament, a Facebook.

Exemple a TikTok

[En el vídeo] Vídeo presentació de la programació anual del Teatre Municipal. Cal detallar el suport rebut per la Diputació (veu en off, persona entrevistada, text sobreimpressionat i/o caràtula institucional amb els logotips).

[Descripció] “🎭🎨🎵 Emociona't amb la nova programació del #TeatreMunicipal de #NomMunicipi. Música, teatre, dansa... durant tot l'any, amb el suport de @Dipta_cat

#Cultura #NomComarca #ImpulsDipta”

[Miniatura/imatge de portada] Imatge del teatre, detall gràfic del cartell de la programació o fotograma representatiu del vídeo.

4.3.6.7. Stories: Instagram, Facebook i TikTok

Les històries o *stories* es solen crear a partir d'una imatge o un vídeo (de pocs segons) i tenen una caducitat de 24 hores. Es tracta de publicacions molt visuals pensades per veure-les en pocs segons.

IMPORTANT ➤ Aquest tipus de publicació no compta a efectes de donar compliment a les publicacions mínimes requerides en la comunicació del Pla ImpulsDipta.

Indicacions

- El text que s'hi incorpori ha de ser molt breu i concís, bé utilitzant un petit paràgraf o petits reclams en forma d'adhesiu. En qualsevol cas ha de quedar clar l'actuació i el suport rebut per part de la Diputació.
- Cal citar el perfil institucional (@Dipta_cat, tant a Instagram com a TikTok) i l'etiqueta #ImpulsDipta.

Consells

- Aquest format és molt utilitzat a Instagram, però no tant a Facebook i a TikTok.
- Les *stories* que es publiquin al perfil de l'ajuntament a Instagram es poden publicar automàticament a la pàgina de l'ajuntament a Facebook.
- S'hi poden afegir música o gifs animats a través de la mateixa plataforma, que poden ajudar a captar l'atenció.
- Si es vol que les *stories* continuïn sent visibles passades les 24 hores, a Instagram es poden arxivar en carpetes a través de la utilitat highlights disponible a la pàgina del perfil.

Exemple d'una *story* a Instagram

[Clip de vídeo d'un moment àlgid d'un concert inclòs en el Pla ImpulsDipta]

[Enganxina de text] “🎵 [Nom del municipi] vibra amb el concert de [artista]!”

[Enganxina d'etiqueta] “EtiquetaDelFestival”

[Enganxina de localització] “Teatre Municipal”

[Enganxina de text] “Amb el suport de @Dipta_cat”

4.3.6.8. Emissió en directe: Youtube, Instagram, Twitch...

Els principals mitjans socials permeten la retransmissió en directe ja sigui d'actes públics, formacions i converses entre usuaris, amb o sense la interacció dels seguidors.

IMPORTANT ➤ Aquest tipus de publicació no compta a efectes de donar compliment a les publicacions mínimes requerides en la comunicació del Pla ImpulsDipta.

Indicacions

- Si l'ajuntament utilitza una emissió en directe per a presentar o donar compte d'una actuació amb el suport del Pla ImpulsDipta, caldrà que es faci esment d'aquesta col·laboració durant l'emissió.
- Si en l'emissió s'utilitza com a caràtula una infografia amb logotips institucionals (habitual a Youtube), caldrà afegir el de la Diputació de Tarragona en els termes que s'especifiquen en l'annex d'aquest mateix manual.
- Si existeix un camp de títol o descripció, com en el cas del Youtube, també caldrà destacar-hi que l'actuació compta amb el suport de la Diputació de Tarragona. Caldrà afegir-hi l'etiqueta #ImpulsDipta si la plataforma ho permet.

Consells

- Per a presentacions formals, es pot utilitzar el format horitzontal de Youtube. Segons el grau de formalitat i complexitat, potser serà necessària l'ajuda d'un tècnic audiovisual.

- Per a presentacions informals, es pot utilitzar el format en vertical d'Instagram, que permet fer-ho tot des d'un mòbil i interactuar amb els usuaris.
- Per despertar l'interès entre els seguidors, és recomanable programar l'emissió en directe a través de la mateixa plataforma.
- Si no es coneix o no es domina com funciona la plataforma d'emissió, és recomanable fer una prova prèvia.

Exemple d'emissió en directe a YouTube

[Títol] "Lliurament dels X Premis Literaris"

[Descripció] Informació sobre l'emissió i l'actuació, detallant el suport de la Diputació de Tarragona (citant-ne el perfil). Afegeix l'etiqueta #ImpulsDipta.

[Miniatura/imatge de portada] Imatge promocional de l'edició dels Premis Literaris, acompanyada dels logotips de l'organitzador (ajuntament) i els col·laboradors (Diputació de Tarragona).

[Durant l'emissió en directe] Cal fer esment del suport rebut per la Diputació.

5

ACTES I ESDEVENIMENTS AMB PÚBLIC

(EN REFERÈNCIA A L'ARTICLE 43.3 DEL PLA IMPULSDIPTA)

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

Quan un ens local organitza algun acte o esdeveniment obert al públic, la comunicació pública pren encara més rellevància. No només és important per fer retiment de comptes i per comunicar el suport que la Diputació de Tarragona, sinó per aconseguir que les persones que puguin estar interessades a gaudir de l'acte se n'assabentin i tinguin l'oportunitat d'assistir-hi.

El Pla ImpulsDipta inclou diferents tipologies d'actuació que es concreten en actes amb públic (actes culturals, formatius, divulgatius, etc.). En aquests casos, es recomana utilitzar instruments de comunicació com:

Fase prèvia a la celebració de l'esdeveniment (reclam d'assistència de públic):

- Cartells físics (en paper, cartró, mida A3, A4, etc.)
- Invitació
- Fulls volanders, díptics, tríptics, etc.
- Missatges per megafonia o altres mitjans municipals
- Notícia al web municipal
- Publicacions a les xarxes socials municipals
- Bàners
- Pàgina web o minisite
- Formulari d'inscripció i/o tiquets per entrades
- Espots o vídeos promocionals
- Campanya de publicitat en premsa, ràdio, webs, televisió, etc.
- Nota de premsa (cal valorar si la singularitat de l'acte pot fer necessària una presentació en roda de premsa)

Durant la celebració de l'esdeveniment:

- Cartells in situ
- Pantalles enrotllables (*roll-up*) o altres tipus de suports publicitaris
- Publicacions de seguiment o retransmissions a les xarxes socials municipals
- Programes de mà
- Documentació (per exemple, als cursos o formacions)

Un cop celebrat l'esdeveniment:

- Notícia de balanç al web municipal
- Publicacions de balanç a les xarxes socials municipals
- Nota de premsa de balanç

La magnitud, l'originalitat i l'abast de cada esdeveniment o acte determinaran quins dels instruments cal fer servir per fer arribar el missatge a la ciutadania i oferir així l'oportunitat de gaudir-ne. Així mateix, és important definir amb claredat el tipus de públic a qui va destinat l'acte o esdeveniment i fer servir un registre (estètica, formats, suports, llenguatge, etc.) que hi connecti. Sigui quina sigui la forma que cada ens local faci servir per comunicar, en tots els casos cal que

hi consti el suport de la Diputació de Tarragona amb la següent expressió: “Amb el suport del Pla ImpulsDipta de la Diputació de Tarragona”, en què sempre que sigui possible, s’inclourà la marca de la Diputació seguint les següents indicacions d’aplicació a l’Annex 1.

5.1. EL CARTELL

El Pla ImpulsDipta demana als beneficiaris difondre, com a mínim, un cartell anunciant l’esdeveniment, una obligació que s’especifica a l’article 43.3 i que se suma a les especificades a l’article 43.2, també d’obligat compliment (notícia web, xarxes...)

Es recomana fer servir més instruments de comunicació per tal que l’estratègia sigui més reeixida, obtenint així més beneficis per a l’ajuntament, per a la Diputació i, en definitiva, per al conjunt de la societat.

5.2. PUNTS CLAU

- Cal definir el públic a qui va destinat l’acte o esdeveniment i adaptar-hi el format i estil del cartell.
- De la mateixa manera, cal definir el tipus d’acte o esdeveniment per tal que l’estil del cartell el representi i identifiqui.
- Mostra de l’estructura d’un model de cartell tipus proporcional a mida A3 amb l’aplicació de l’element gràfic “Amb el suport de: Diputació de Tarragona”:

Títol del cartell

Cos cartell

Marques col·laboradors

Amb el suport de:



Diputació Tarragona

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Enx amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

6

SOBRE L'ARTICLE 43.4

(EN REFERÈNCIA A L'ARTICLE 43.4 DEL PLA IMPULSDIPTA)

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

A l'article El Pla ImpulsDipta preveu que, quan es consideri necessari, la Diputació podrà demanar als ajuntaments beneficiaris que difonguin missatges o materials de comunicació que facin referència al Pla. Tal com s'especifica al punt 4 de l'article 43, en aquests casos, la Diputació assumirà el cost de la producció dels materials i els ajuntaments hauran de difondre'ls a espais o suports que siguin visibles per al major nombre de persones possible.

Es tracta doncs, que si es detecten oportunitats de comunicació no previstes inicialment al Pla, la Diputació pugui col·laborar amb l'ajuntament per tal d'aprofitar-les. La Diputació lliurarà a l'ajuntament el material de difusió i instruccions clares sobre la seva difusió per tal de facilitar al màxim la tasca dels ens beneficiaris.

Per exemple, en casos en què sigui oportú comunicar a la ciutadania les actuacions de millora fetes a un equipament, la Diputació podria considerar produir cartells o plaques amb informació al respecte; en casos en què els municipis celebrin esdeveniments amb presència de públic la Diputació podria lliurar elements com pantalles enrotllables (*roll-up*) o tridimensionals (*pop-up*) per decorar o acompanyar els escenaris; o en casos en què el finançament del Pla ImpulsDipta es pugui concretar en suports físics, la Diputació pot distribuir adhesius per tal de reforçar el suport del pla.

7

EN CAS DE NECESSITAR AJUDA

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

En cas de dubtes sobre la comunicació del Pla, des de l'ajuntament podeu contactar amb el gestor de l'Oficina ImpulsDipta de la Diputació. De seguida, l'equip de tècnics i tècniques de la Unitat de Comunicació i de la Unitat de Relacions Institucionals i Protocol / Imatge corporativa, contactaran amb vosaltres per resoldre-ho.

Annex 1

APLICACIÓ DE LA MARCA DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

L'ELEMENT GRÀFIC

Caldrà fer servir la composició gràfica, que es pot descarregar de la web de la Diputació, "Amb el suport de:" seguit de la marca de la "Diputació de Tarragona", en qualsevol de les dues articulacions possibles vertical o horitzontal.

VERTICAL

Amb el suport de:



HORIZONTZONTAL



Segons la composició del document es podran fer servir les versions cromàtiques de color, blanc/ negre o negatiu:

<p>Amb el suport de:</p> <p>Diputació Tarragona</p>	<p>Amb el suport de:</p> <p>Diputació Tarragona</p>
---	---

Amb el suport de:

Diputació Tarragona

<p>Amb el suport de:</p> <p>Diputació Tarragona</p>
<p>Amb el suport de:</p> <p>Diputació Tarragona</p>

Amb el suport de:

Diputació Tarragona

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Enx amb el CVE 12F9E1273FC466281D3B6ABC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

EXEMPLES BÀSICS D'APLICACIÓ

Recull de diferents d'estructures compositives i simulacions reals, per a diverses maneres d'aplicació, tan cromàtica com d'articulació, del suport de la Diputació:

INVITACIÓ

Diagrama d'estructura bàsica d'una invitació. El disseny està dividit en tres zones principals: una columna vertical a l'esquerra amb el text "Marques organitzadors", una gran zona rectangular a la dreta amb el text "Cos invitació", i una franja horitzontal a la part inferior amb el text "Marques col·laboradors". A la dreta de la franja inferior hi ha el text "Amb el suport de:" i el logotip de la Diputació Tarragona.

Exemple d'una invitació real. A l'esquerra hi ha el logotip d'un ajuntament (un rombe negre) i el text "Ajuntament d'Abcdefghijklm". A sota hi ha un gràfic amb barres de colors (naranja, verd, blau, negre). A la dreta, el text indica: "L'alcaldeessa de l'Ajuntament d'Abcdefg Sra. Àlida Estruni Pinet", "Es complau a convidar-vos a l'acte d'inauguració de la **Mostra de pintura** a càrrec del Sr. Martí Temerit Osfull", "tindrà lloc el 23 de setembre, a les 18 h, al Casal Municipal, al carrer Major, 5.", i "Setembre de 2024". A la part inferior esquerra hi ha una franja amb el text "Altres marques: organitzadors / col·laboradors". A la part inferior dreta hi ha el text "Amb el suport de:" i el logotip de la Diputació Tarragona.

CARTELL

Títol del cartell

Cos cartell

Amb el suport de:  **Diputació Tarragona**

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Enx amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

Mostra de pintura

Centre Cívic La Claror

23 de setembre / 18 h

Al Casal Municipal
Carrer Major, 5

Programa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie



consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



Ajuntament
d'Abcdefhijklm

www.ajdentesdemunt.cat

Amb el suport de:



Diputació Tarragona

FULL VOLANDER

Capçalera full volander

Cos full volander

Marques col·laboradors

Amb el suport de:



Diputació Tarragona

Mostra de pintura

Centre Cívic La Claror

INSCRIPCIÓ OBERTA!
www.ajdentesdemunt.cat

23 de setembre / 18 h

Al Casal Municipal / Carrer Major, 5



**Ajuntament
d'Abcdefhijklm**

Amb el suport de:



Diputació Tarragona

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FBE1273FC34B6281D3B6AC4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per Diputació de Tarragona. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de l'Ens amb el CVE 12FEE173FC3456281D3B6A5C4D1C888 i data d'emissió 18/07/2024 a les 09:30:09

impulsdipta▶



Diputació Tarragona

Versió Juliol de 2024

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Noemí Llauredó I Sans - DNI ** (TCAT) el dia 16/07/2024 a les 16:04:06