

PLEC DE PRECIPCIIONS TÈCNIQUES PEL CONTRACTE RELATIU A LA GESTIÓ PER A LA RECERCA I INTERMEDIACIÓ DELS ESPAIS AUTORITZATS PER INCORPORAR PUBLICITAT A LES BICICLETES I ESTACIONS DEL SERVEI BICING

1.Introducció

El Bicing és un servei públic de bicicleta compartida que va néixer l'any 2007 per donar una alternativa de desplaçament als residents de la ciutat de Barcelona, com a part important d'una estratègia de mobilitat sostenible i millora de la qualitat de vida de les ciutadanes i ciutadans. És una oferta no contaminant per fer desplaçaments per la ciutat, i s'ha consolidat com un complement a la resta de transports públics de la ciutat.

Durant l'any 2019 s'ha realitzat amb èxit la substitució integral del sistema, amb nous models de bicicletes més ergonòmiques, modernes i amb noves prestacions, comportant un nou canvi en el paisatge de la ciutat, i consolidant un model d'èxit pioner arreu del món. El nou Bicing aporta més servei i de més qualitat: funcionament les 24 hores del dia/365 dies l'any, més cobertura territorial fins arribar a la totalitat de barris de la ciutat, més bicicletes, millora de la sostenibilitat, millores tecnològiques per a l'usuari a l'hora de consultar, reservar o retornar les bicicletes, i un llarg etcètera.

El nou Bicing s'ha desplegat amb èxit en només tres mesos i sense interrompre en cap moment el servei, és a dir, fent compatibles els dos sistemes, fet que ha generat la satisfacció dels usuaris i usuàries, ha incrementat notablement els usos del nou model i ha tornat a modificar el paisatge de la ciutat amb un sistema públic modern i visualment atractiu.



1.2 Missió i valors del Bicing

La missió del Bicing és oferir de forma eficient, un servei de transport públic compartit que sigui econòmic, saludable i sostenible per als ciutadans de Barcelona, i al mateix temps catalitzar l'ús de la bicicleta en la ciutat, com mitja alternatiu de desplaçament. El Bicing treballa amb la visió d'esdevenir i posicionar-se com a un servei de *Bike Sharing* innovador i capdavanter, sent un referent mundial en la mobilitat sostenible.

Per aquest motiu, els seus valors se sustenten en: estil de vida saludable, entenent com a tal l'activitat física a l'aire lliure inherent al transport públic en bicicleta; el concepte ecològic lligat al marketing verd per la clara i evident vinculació del transport públic en bicicleta mecànica i elèctrica en la disminució de la contaminació i per tant en un ínfim impacte en el medi ambient; i la sostenibilitat del mateix, pels conceptes esmentats i pel caràcter públic i compartit, és a dir, repetició d'ús i l'aprofitament de recursos enfocats al bé comú.

2.Descripció del Bicing

Barcelona de serveis Municipals, en endavant BSM, per encàrrec de l'Ajuntament de Barcelona, gestiona el servei públic de transport urbà de bicicleta compartida de Barcelona.

El Bicing és un servei de transport individual de bicicletes públiques compartides, tant de tipus mecànic com de pedalada assistida, comunament anomenades de tipus elèctric.

El servei proporciona la possibilitat d'utilitzar la bicicleta com a vehicle de transport públic dins l'àmbit determinat per la ubicació de les estacions.

El Bicing és un complement a la resta de transports públics de la ciutat i ha estat l'element clau transformador de la mobilitat en bici a la ciutat de Barcelona.

Després de les millores incorporades al servei (dimensionament real, millores mecàniques, informàtiques, de processos, d'atenció al client, etc), és un dels sistemes més eficients del món, amb una utilització d'entre 6 i 8 usos per bici i per dia; amb una mitjana de 42.000 viatges diaris i més de 100.000 abonats.

3.Objecte

El present contracte té per objecte la selecció d'una empresa, la qual haurà de gestionar la recerca d'anunciants per a incorporar publicitat als espais determinats a les bicicletes del Bicing i estacions, i realitzi totes aquelles gestions que resultin menester fins a la formalització del contracte entre BSM i l'anunciant.

L'objectiu de BSM en relació al servei de transport urbà de bicicleta compartida de Barcelona és posar-lo al servei de la ciutadania en les millors condicions de qualitat, confort i seguretat, assegurant un servei sempre disponible i el millor funcionament tècnic de les bicicletes, i es considera que la publicitat pot col·laborar a assolir aquesta excel·lència en el servei per mitjà de les aportacions econòmiques que les marques i/o empreses interessades en fer ús de les bicicletes i estacions del bicing com a suport publicitari facin efectives a BSM.

3.1 Prohibicions expresses

No resultaran admeses les campanyes publicitàries de totes aquelles marques compreses en les següents categories:

- Alcohol
- Tabac
- Apostes
- Pornografia
- Partits polítics i sindicats
- Entitats socials i associatives
- Aquelles que emparin un il·lícit

4.Abast del dret en exclusiva de comercialització de la publicitat:

L'abast és tot el servei de transport urbà de bicicleta compartida i el que aquest representa en l'actualitat, així:

Dades de Barcelona:

- Habitants a l'Àrea Metropolitana de Barcelona: 3.247.281
- Habitants a l'àrea d'influència de bicing: 1.628.936
- Turistes 2018: 8.057.961

Nombre de Bicicletes:

- 7.000 bicicletes: 5.000 mecàniques + 2.000 elèctriques

Nombre d'estacions:

- 519 estacions mixtes
- Distribució pels 10 districtes

Comunicació online

- 121.986 mitja visites mensuals a la web a 2019
- 1.463.837 Total visites a la web a 2019
- Mitja de 19.960 descarregues mensuals de la App
- 9.498 seguidors a twitter (des 2019)
- 49.608 seguidors a Facebook (des 2019)
- 4.895 seguidors a Instagram (des 2019)

Usuaris + trànsit

- Nombre d'abonats: 113.796 a desembre 2019
 - Total usos octubre 2019: 1.384.891 usos
 - Un 24% dels viatges son elèctrics (febrer 2020)
 - Mitja usos diaris en dies laborables: 43.084
 - Mitja usos per bicicleta mecànica al dia: 6,02
 - Mitja usos per bicicleta elèctrica al dia: 9,5
 - Estació més utilitzada (gener 2020) – mitja 814 usos*/ dia
- *usos en aquest cas: arribades i sortides de bicicletes

5. Condicions tècniques

Suports Publicitaris

Els **suports** susceptibles d'incorporar publicitat seran els següents:

- 5.000 bicicletes mecàniques, en circuits de 2.000 bicicletes
- 2.000 bicicletes elèctriques, en circuits de 2.000 bicicletes
- Xarxa d'estacions de Bicing

*Totes les campanyes, independentment del suport del que es tracti, bicicletes mecàniques, bicicletes elèctriques o estacions, hauran de tenir una durada estimada inicialment mínima de 3 mesos

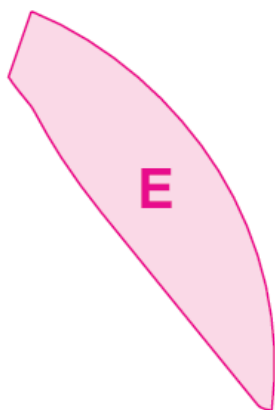
Mides i condicions dels suports:

Publicitat a les bicicletes

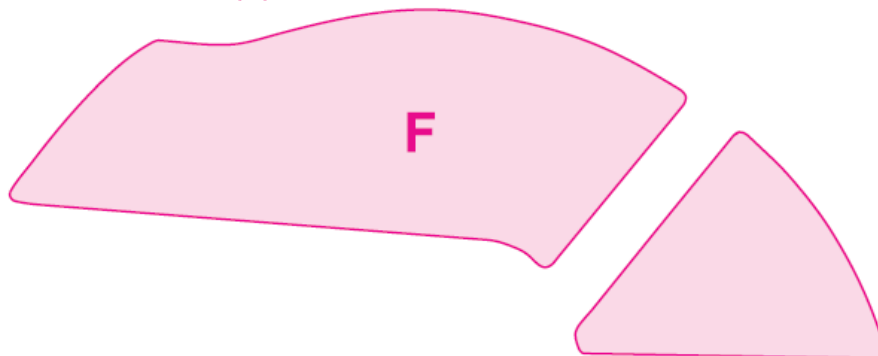
- Al parafang del davant - Front Fender (x2) 203.2 mm X 304.08 mm
- Al parafang posterior – Rear Fender (x2) 558,8 mm X 224,79 mm
- Al portaequipatges – Front Basket 127mm X 127 mm



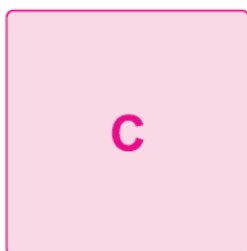
Front fender (x2) 203.2 mm x 304.8 mm



Rear fender (x2) 558.8 mm x 224.79 mm



Front basket 127mm x 127mm



Publicitat a les estacions

- Logo al tòtems, a la senyal lumínica del tòtem.
- Publicitat a les zones d'ancoratge
- Logo a les pantalles d'interacció amb l'abonat instal·lades a les estacions



Operativa

L'Adjudicatari haurà de tenir present la següent **operativa** de caràcter obligatori:

- Els circuits publicitaris de les bicicletes, 3 en total, constaran cada un d'ells de 2.000 bicicletes.
- La campanya mínima de publicitat a les bicicletes serà de mínim un circuit sencer amb una durada estimada inicialment mínima de 3 mesos
- Malgrat l'exclusivitat, BSM es reserva la possibilitat d'ús de 4 circuits de 2.000 bicicletes cada un, de forma anual, per a productes propis i/o campanyes municipals, amb un preavís d'1 mes a la adjudicatària, així com poder utilitzar aquells circuits no comercialitzats.
- El costos i temps d'implantació seran a càrrec de l'empresa anunciant i es farà sempre seguint les indicacions de BSM per tal que de que la implantació i retirada de la publicitat no afecti de cap manera el servei Bicing.
- La qualitat requerida pels vinils publicitaris és la d'un vinil polimèric realitzat en serigrafia de 2 colors, troquelats i laminats en brillo

Contingut dels missatges publicitaris

L'Adjudicatari haurà de tenir present el següent respecte al **contingut dels missatges publicitaris**:

- Els continguts dels missatges publicitaris hauran d'acomplir el que disposa la llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat; la Llei 20/1985, de 25 de juliol, de prevenció i assistència en matèria de substàncies que poden generar dependència així com les seves posteriors, Llei 10/1991, de 10 de maig, de modificació de la Llei 20/1985, Llei 8/1998, de 10 de juliol, de segona modificació de la Llei 20/1985 i la Llei 1/2002, d'11 de març, de tercera modificació de la Llei 20/1985, de 25 de juliol, així com qualsevol altre norma de caràcter sectorial que reguli els continguts publicitaris i aquelles normes que l'Ajuntament pugui aprovar durant la vigència del present contracte per a la regulació i control dels continguts de Publicitat a la ciutat de Barcelona.
- Els missatges publicitaris hauran d'adequar-se en tot moment a la normativa aplicable en matèria de publicitat i per tant, restarà prohibida la publicitat que ofengui les institucions públiques, lesioni els drets de la persona o sigui contrària a les disposicions normatives. No s'admetrà en

cap cas publicitat relacionada amb productes com begudes alcohòliques o el tabac en termes de legislació vigent, ni que fomentin el joc, les apostes o els comportaments addictes. Així mateix, hauran d'adequar-se a la Llei 1/1998, de política lingüística en relació a l'ús del català en la publicitat a la via pública.

- L'adjudicatari enviarà a BSM la imatge gràfica de totes les campanyes que seran supervisades i aprovades per BSM amb anterioritat a declarar-les definitives, per establir si s'adequa a la normativa vigent sobre publicitat o disposicions legals establertes per aquest Plec.
- BSM podrà disposar la retirada immediata, de manera cautelar, de la publicitat que vulneri la normativa vigent sobre publicitat o disposicions legals establertes per aquest Plec, sense que l'adjudicatari pugui oposar-se a tal decisió i sense que això doni lloc a cap tipus d'indemnització o compensació.
- L'adjudicatari s'ajustarà a la normativa establerta pel que fa als continguts publicitaris contractats i serà enterament responsable davant de tercers.

5.2 Obligacions de l'adjudicatari

L'adjudicatari resultarà el proveïdor seleccionat per encarregar-se de la gestió i la recerca d'anunciants per a incorporar publicitat als espais determinats a les bicicletes del Bicing i estacions, i realitzi totes aquelles gestions que resultin menester fins a la formalització del contracte entre BSM i l'anunciant.

5.3 Cost d'implantació i desimplantació del patrocini

El cost de l'operació (implantació i desimplantació) correspon al cost de les diferents operacions de vinilació i desvinilació de 2.000 bicicletes (2.000 elèctriques o 2.000 mecàniques).

El cost total de l'operació es de 34.610 euros per 2.000 bicicletes

5.4 Penalitzacions

Detallades al Plec de Clàusules/Contracte.

Barcelona, a 16 de setembre de 2020

Sra. Mayra Nieto Magaldi
Cap d'Unitat de Màrqueting i Comercial de Mobilitat
Divisió Corporativa de Màrqueting i Comunicació
Barcelona de Serveis Municipals, SA