

PLEC TÈCNIC DE CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE CREACIÓ, DISSENY I ADAPTACIONS DE LA IMATGE GRÀFICA DE L'INSTITUT DE MERCATS DE BARCELONA

0. INTRODUCCIÓ

Barcelona, amb 43 mercats repartits per tot el seu territori (39 d'alimentació i 4 especials no alimentaris) concentrats en 40 equipaments, disposa de la xarxa de Mercats municipals urbans més important d'Europa. Podem dir que és una ciutat de mercats i aquests equipaments han deixat empremta en el caràcter de la ciutat i els seus habitants. L'Institut municipal de Mercats de Barcelona, és l'organisme autònom municipal responsable de la gestió dels mercats de la ciutat. Aquesta gestió es fa en col·laboració amb els comerciants de cada mercat que estan organitzats en una associació de comerciants per a cada mercat, amb deures i obligacions, entre les quals hi ha la promoció del mercat.

En el procés d'adaptació dels mercats a les demandes dels consumidors i ciutadans de Barcelona, en aquests s'han incorporat nombrosos serveis que milloren la seva oferta i competitivitat com: servei de distribució a domicili, venda on line, serveis d'armariets refrigerants, pantalles informatives i de control d'aforaments, o el wifi. A més la incorporació dels Supermercats i l'oferta de les parades espacials de venda no alimentària permet als ciutadans fer un únic acte de compra al mercat.

Els mercats s'han convertit en un referent de la vida als barris barcelonins. Podem dir que són la seva ànima. Barcelona, és en una de les poques ciutats del món que pot presumir d'una xarxa de mercats distribuïts de tal manera que tots els barris tenen un a prop. Concretament, la majoria de les famílies tenen un mercat a 10 minuts de casa.

La compra al mercat reflecteix un estil de vida plenament vinculat al model mediterrani, que apropa els serveis a les persones i amb un entramat urbà que afavoreix les relacions humanes. En aquest context, els mercats tenen un protagonisme especial.

Els mercats municipals són veritables motors econòmics i generadors d'ocupació de qualitat, però també contribueixen a millorar la cohesió social i la convivència, la qualitat de l'espai públic, una mobilitat més sostenible i la seguretat dels nostres barris.

Són els màxims representants del model de comerç de proximitat de Barcelona, un model que es basa en el consum responsable i sostenible, amb producte fresc de qualitat i saludable.

Però també són centres prescriptors cultural del barri i la ciutat; promotors de la cohesió social relacionats amb la resta dels agents i entitats del barri; centres relacionals, educadors i socialment responsables.

Per això els valors que aporten els mercats van més enllà de la seva consideració com un sector econòmic estratègic: **els mercats fan barri**.

Els valors que s'associen als Mercats de Barcelona i que utilitzem en la comunicació són:

Els productes	Fresc i local Qualitat i varietat Salut
Els professionals	Especialistes Tracte personalitzat Relacionals/espai cívic
Alimentació	Cuina mediterrània i del territori Menjar saludable Sostenible
El comerç	Model comercial sostenible De proximitat
L'espai	Amb nous serveis Renovat Pròxim sostenible Patrimoni
En el territori	Cohesionador social/integrador Motor econòmic Xarxes comercials i socials
Les noves tecnologies	Espais modern amb nous serveis Pantalles informatives: Canal mercat Control d'aforament Venda on line Armariets refrigerats
Model Barcelona	Xarxa de 40 equipaments Referent internacional

Model Barcelona de Mercats

Renovar, adaptar, innovar i promoure. Aquestes són les bases d'una actuació continuada al llarg de més de vint anys per modernitzar la xarxa formada per 40 instal·lacions, i adaptar els mercats municipals de Barcelona als nous hàbits de consum. L'anomenat Model Barcelona de Mercats és un procés que es caracteritza per la decisió de fer dels mercats municipals uns centres de l'alimentació plenament competitiu en un entorn comercial molt agressiu. Quan es renoven, els mercats produeixen un benefici per als comerciants que hi operen i al mateix temps per al barri i la ciutat. El mercat és també un bé social, punt de trobada i de relació entre els ciutadans.

Amb el consens com a punt de partida, administració, especialistes i comerciants van elaborar un pla estratègic amb l'horitzó al 2025. L'objectiu ara és integrar els mercats en el barri, tot potenciant el vessant comunitari —són el cor de cada barri— i el seu paper com a dinamitzadors socials. Fer dels mercats uns espais atractius on gaudir d'una experiència de compra i d'oci positiva. Tot això, sense perdre de vista que són centres moderns que impulsen l'activitat econòmica en l'escala de la petita i mitjana empresa. Motors també d'ocupació, sostenibles amb el medi ambient, promotors del producte local i de qualitat. Es converteixen, així, en espais de difusió d'una cultura de l'alimentació saludable amb la gastronomia mediterrània com a protagonista.

A través de l'IMMB es revitalitza la ciutat mitjançant la transformació dels mercats gràcies a un partenariat públic-privat. Les claus d'aquest model són les següents:

MODEL DE RENOVACIÓ DELS MERCATS

- Modernització de les instal·lacions i millora de l'atractivitat
- Reorganització del *mix* comercial i introducció de nous operadors
- Logística soterrada i construcció de molls de descàrrega i d'aparcaments
- Recollida selectiva i compromís mediambiental
- Creació de nous serveis i ampliació d'horaris
- Promoció dels mercats a través de campanyes de màrqueting
- Restauració del valor arquitectònic dels edificis
- Digitalització: aplicació de les noves tecnologies als serveis i gestió dels mercats

Col·laboració públic-privada

- Gestió compartida administració-comerciants
- Inversió publicoprivada per renovar els mercats
- Participació de comerciants i ciutadans

Transformació urbana i social del veïnat

- Renovació i creació d'espais públics d'interacció entre ciutadans
- Revitalització del barri i reforç de la cohesió social

- Integració social de persones en risc d'exclusió

Desenvolupament econòmic de la zona

- Promoció de l'ocupació i l'emprenedoria
- Millora de la competitivitat dels negocis
- Impuls del comerç local
- Estímul turístic

Compromís mediambiental

- Mesures en favor de l'eficiència energètica
- Nou model de tractament de residus
- Creació d'una cultura alimentaria sostenible i en favor d'una ciutat saludable
- Promoció del comerç de proximitat i productes locals

Millora de la percepció ciutadana dels mercats

- Valors destacats: la qualitat del producte fresc i el tracte personalitzat
- Increment de visitants i de la facturació

Col·laboració internacional

- Projectes de col·laboració entre ciutats
- Planificació estratègica i comunicativa
- Anàlisi, seguiment i control d'indicadors
- Assistència en el procés de negociació

MISSIÓ DELS MERCATS DE BARCELONA

Els mercats de Barcelona proveeixen els ciutadans de productes de qualitat, promouen un estil de vida saludable, la cohesió social i l'articulació dels barris, i fomenten l'economia i l'ocupació en el marc del comerç de proximitat. Tot això, contribueix al model de ciutat de benestar de Barcelona.

VISIÓ DELS MERCATS DE BARCELONA

Els mercats de Barcelona són l'ànima de la ciutat i dels barris, el motor i els líders del comerç de proximitat i referents de salut i sostenibilitat.

Per a més informació sobre els Mercats de Barcelona, es pot consultar:

- Web www.mercats.barcelona
- Pla Estratègic dels Mercats de Barcelona 2015-2025
<https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/ca/content/pla-estrat%C3%A8gic-mercats-de-barcelona-2015-2025>

Estratègia de Comunicació de l'IMMB

La Comunicació als mercats de Barcelona s'organitza a partir de 3 emissors diferenciats:

- Individualment des de cada un dels més de 2.000 establiments dels mercats de

Barcelona

- Conjuntament des de cada mercat de forma unitària per part de tots els concessionaris. Aquesta estratègia pot estar coordinada amb l'eix o comerç del barri. Té un targete definit per la proximitat i el barri.
- Campanyes generals de posicionament dels mercats de Barcelona com a espais comercials, de relació social, de generació d'ocupació i negoci, d'alimentació i d'hàbits saludables.

L'IMMB és el responsable de les campanyes generals de posicionament dels mercats i col·labora i dona suport a les estratègies de cada mercat impulsades des de cada una de les associacions de comerciants. Considerant tots aquests agents que actuen als mercats de Barcelona, la xarxa d'emissors amb uns objectius compartits és extensa i ofereix unes oportunitats de creixement exponencial importants.

Tota la estratègia de comunicació impulsada per l'IMMB està vinculada als objectius específics de l'IMMB que tenen el seu màxim exponent en la definició dels objectius del Pla d'Actuació Municipal (PAM).

Alhora, l'estratègia de Comunicació de l'IMMB està coordinada amb els diferents departaments municipals responsables de la comunicació (Direcció de Comunicació, Direcció d'Internet, Departament de Premsa, responsables de xarxes socials, etc) i segueix les directrius i plans generals de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.

Des de l'IMMB es planifiquen accions vinculades a la renovació i modernització dels mercats tant pel que fa a les millores dels edificis i serveis mitjançant les remodelacions, com les transformacions de l'oferta i el serveis dels mercats per mantenir la seva atractivitat.

En els darrers anys s'ha creat un model de comunicació on l'objectiu principal ha estat la generació d'una percepció positiva dels mercats de Barcelona i l'establiment de forts llaços de complicitat amb els possibles clients de mercats, periodistes, influenciadors, blogaires gastronòmics i "foodies", els comerciants i també amb el públic barceloní en general. Aquest model potencia un projecte de comunitat on es generen lligams entre públics actuals i potencials, on s'estableixen intercanvis de continguts sobre alimentació i mercats a partir d'una comunicació multicanal, tant online com offline.

En resum, les campanyes de comunicació de l'IMMB tenen l'objectiu de donar una correcta informació al ciutadà amb un missatge entenedor, clar, amigable i accessible a tota la ciutadania, aconseguint una comunicació coherent.

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte és el servei d'assessorament, creació, disseny i adaptacions de la imatge gràfica de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.

L'empresa adjudicatària d'aquest contracte haurà de posar els mitjans i personal necessaris per a la realització d'aquest servei.

2. CONTINGUT I CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES

L'empresa a esdevenir adjudicatària del present contracte ha de prestar el servei pel que fa a la direcció creativa, supervisió, assessorament i orientació gràfica i de missatges de les peces comunicatives proposades per l'IMMB o bé provinents dels mercats associats a l'IMMB, per tal de vetllar per una comunicació efectiva i coherent amb els valors i posicionament de la marca Mercats de Barcelona.

Així mateix vetllarà per l'aplicació de la identitat gràfica corporativa i els diferents manuals i layouts temàtics de manera coherent i homogènia en tots els mitjans o suports on calgui la seva aplicació per tal d'aplicar la imatge i arquitectura de marca aprovada.

L'empresa adjudicatària haurà de donar servei per a la creació de campanyes originals, creativitats dins la mateixa campanya, així com la creació de totes les adaptacions per a aquestes campanyes.

També haurà de realitzar totes les adaptacions necessàries en el cas de campanyes que provenguin directament de l'Ajuntament o d'altres partners de l'IMMB.

3. ABAST DELS SERVEIS A CONTRACTAR

CONSIDERACIONS GENERALS

L'adjudicatari:

- Haurà d'encarregar-se de les tasques descrites en els següents punts d'aquest apartat 3 i de les despeses que se'n derivin, seguint en tot moment les indicacions del Departament de Comunicació de l'IMMB des d'on es nomenaran els interlocutors que es considerin necessaris com a referents de l'adjudicatari, tant pel seguiment de la globalitat de l'encàrrec com, si s'escau, per a cada temàtica concreta, i/o de la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.
- haurà de definir la metodologia de treball i coordinació amb la què es proposa treballar.
- El temps de resposta màxim requerit per a la presentació d'una proposta de creativitat d'una campanya serà de 12 dies laborables des del lliurament del briefing, de 4 dies laborables per a les adaptacions-off line i 2 dies per a les adaptacions on line; 2 dies pel disseny del newsletter digital i 2 dies pel disseny i maquetació del full informatiu

mensual; de 8 dies laborables per a presentar proposta de disseny i maquetació de l'Infomercats digital, 6 dies laborables per peces per presentacions (dossiers, powerpoints..) i encàrrecs puntuals (plànols, mapes...).

- Presentar un pressupost inicial per l'encàrrec fet que el Departament de Comunicació de l'IMMB haurà d'aprovar.
- Serà responsable de vetllar perquè tots els textos que apareguin en els originals per produir estiguin correctament escrits, sense faltes d'ortografia ni gramaticals.
- Presentar d'una memòria específica de cada campanya amb el detall de cada peça.

TASQUES A REALITZAR:

- Creació d'una imatge marc global identificativa de la marca Mercats de Barcelona. Aquesta serà el paraigües sota la que es desenvoluparan totes les creativitats i adaptacions, donant homogeneïtat i reconeixement de marca a totes les peces.
- Creativitat i adaptacions per a les activitats vinculades a la imatge global dels MERCATS DE BARCELONA.
- Creativitat, disseny i adaptacions per als grans actes com: El Petit Mercat de Mercats, o altres, en coordinació amb les empreses adjudicatàries dels actes.
- Suport a la creació de campanyes impulsades conjuntament pels comerciants dels Mercats de Barcelona, si s'escau, amb l'objectiu d'harmonitzar la imatge del conjunt dels Mercats de Barcelona.
- Adaptacions que se sol·licitin per a xarxes, pantalles informatives, webs i blogs institucionals.
- Seguiment de la producció gràfica i de les accions de comunicació proposades des del seu inici fins al lliurament d'originals i/o còpies d'emissió.
- Creativitat i adaptacions per a una nova imatge dels programes educatius de Mercats de Barcelona.
- Creativitat i adaptacions per a accions específiques dels mercats municipals com: aniversaris, inauguracions i comunicacions d'obres o serveis.
- Donar resposta a encàrrecs urgents per presentacions i dossiers de l'IMMB, que es puguin demanar en un període d'1 o 2 dies.
- Disseny gràfic del newsletter digital
- Disseny gràfic de la revista digital Infomercats.
- Disseny gràfic i maquetació del full informatiu mensual
- Serveis de consultoria i assessorament gràfic.

4. PROPIETAT

Tot el projecte, imatges i sistema desenvolupat per a la realització d'aquest servei serà propietat de l'Institut de Mercats de Barcelona.

Una vegada acabada la prestació del servei l'empresa està obligada a fer el traspàs a l'IMMB d'arxius tècnics i creatius degudament inventariats per any i projectes. Caldrà que es faci un traspàs de la gestió de la feina a un membre de l'equip del Departament de Comunicació de l'IMMB, o qui la Cap designi.

5. EQUIP HUMÀ DESTINAT AL PROJECTE

Li correspon a l'adjudicatari la realització de les tasques derivades de l'objecte del contracte establint prioritats i mètode de treball, reportant al Departament de Comunicació.

La direcció, supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció serà validat i conformat per l'equip de Comunicació de l'IMMB.

L'equip mínim requerit per a la realització del servei objecte del contracte i les tasques a desenvolupar per cadascun dels perfils són:

- Director Creatiu les funcions del qual seran participar en la definició de l'estratègia de comunicació, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques, vetllar per la seva imatge i contingut i la seva correcta edició i publicació i coordinar els projectes globals.
- Director d'Art i Copy, responsables de la creativitat de les peces i del seu contingut.
- Responsable de producció, que haurà de coordinar-se amb els responsables de comunicació de l'IMMB i dels mercats i amb els diferents participants en el procés creatiu i de producció fins el lliurament de peces o la seva instal·lació, cerca de proveïdors i validació per part de l'IMMB.
- Dissenyador gràfic de suport per la creació d'adaptacions i disseny de peces gràfiques necessàries pels Mercats de Barcelona. També donarà resposta ràpida a peticions urgents de l'IMMB per presentacions o dossiers institucionals.

Aquest personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites i experiència igual o superior a 3 anys en el desenvolupament de les tasques definides en cada cas.

Tot i que s'entén que hi haurà un interlocutor entre l'empresa adjudicatària i l'equip de Comunicació de l'IMMB, aquest podrà comunicar-se directament amb cadascun dels perfils de treball de l'empresa adjudicatària, sempre que sigui necessari.

Un cop s'hagi adjudicat aquest contracte, i si l'IMMB considera que una o varies persones responsables de desenvolupar-lo no encaixen en l'equip de treball o no tenen prou coneixements per desenvolupar el servei, l'adjudicatari haurà de facilitar a l'IMMB l'opció de substituir-la o substituir-les per unes altres, sense cap cost addicional.

6. DURADA DEL CONTRACTE

La durada de les prestacions serà de 12 mesos, amb possibilitat de pròrroga de 24 més.

7. REQUERIMENTS DE L'EMPRESA

Per tal de cobrir els serveis sol·licitats es fan els següents requeriments a l'empresa que resulti adjudicatària:

- Aportar els recursos imprescindibles, incloent-hi els mitjans humans i materials o tècnics, per al desenvolupament d'aquest treball professional en la prestació del servei. També es requereixen els equips i dispositius mòbils que siguin necessaris per efectuar la feina.
- L'empresa designarà un interlocutor per fer-se càrrec dels tràmits laborals que aquest equip precisi al llarg de la prestació d'aquest servei.
- L'empresa adjudicatària haurà de respectar en tot moment la imatge corporativa de l'Ajuntament de Barcelona.

8. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

L'Institut de Mercats de Barcelona posa especial èmfasi en el compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 15/1999 de protecció de dades de caràcter personal, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.

Clàusula de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empara d'aquest contracte pertany a l'Institut de Mercats de Barcelona de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a l'Institut de Mercats de Barcelona.

Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzat pel Departament de Comunicació de l'IMMB.

Clàusula de protecció de dades de caràcter personal

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen en les instal·lacions informàtiques de l'Institut de Mercats de Barcelona, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica 15/1999 de protecció de dades de caràcter personal (LOPD).

Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de l'Institut de Mercats de Barcelona que puguin fer els tècnics de l'adjudicatària. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de l'Institut de Mercats de Barcelona sense l'autorització del personal intern de l'IMMB.

Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte haurà de ser clarament advertit sobre aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

L'IMMB es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables d'eventuals cessions.

Barcelona a la data de la signatura

Elena Navarro
Departament de Comunicació
Institut Mpal. Mercats de Barcelona

Institut Municipal de Mercats de Barcelona
C/ Gran de Sant Andreu, 2a planta
08030 Barcelona
www.mercats.barcelona