Ajuntament de Barcelona

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES QUE HA DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS DE LA GESTIÓ DE LA FIRA DE MERCAT DE MERCATS A CELEBRAR ELS DIES 20 A 22 D'OCTUBRE DEL 2023 i L'EDICIÓ DE 2024 A LA CIUTAT DE BARCELONA

CLÀUSULA 1. OBJECTE DEL CONTRACTE

És objecte del present contracte, la conceptualització, el disseny, la producció tècnica i la gestió de la Fira de Mercat de Mercats de l'Ajuntament de Barcelona per les edicions de 2023 i 2024.

L'edició 2023 de la Fira es celebrarà entre el 20 i el 22 d'octubre del 2023 de conformitat amb les clàusules contingudes en el plec tècnic. L'edició de 2024 té pendent les dates certes, sent la seva previsió a celebrar-se també durant el mes d'octubre de 2024. Per aquesta edició, les dates certes es notificaran a l'adjudicatari una vegada quedin definides, i amb una antelació mínima de 6 mesos. No obstant això, les dates ja fixades pel present exercici 2023 poden arribar a patir alguna modificació per causa de força major, ja sigui motivada per alguna qüestió relacionada amb la situació generada per la COVID-19 o bé per altres.

Aquesta Fira haurà de representar un mercat municipal de la ciutat amb presencia de les catorze (14) denominacions que es descriuen a l'annex 2 del plec de prescripcions tècniques, amb el muntatge i desmuntatge de les estructures dels comerços, així com de la resta d'espais que es descriuen en el plec tècnic. La Fira haurà de comptar amb una proposta de programació d'activitats paral·leles dirigides a diferents públics, així com d'una oferta gastronòmica amb propostes saludables, creatives, i innovadores, totes definides també al plec tècnic.

La ubicació del lloc on es celebrarà la Fira és la que es determina en el plec tècnic. No obstant això, l'Ajuntament podrà modificar-la per raons d'interès general, i haurà de notificar-ho a l'adjudicatària amb una antelació mínima de 6 mesos a la data de la seva celebració.

També forma part del present contracte la conceptualització, el disseny, la producció tècnica i la gestió d'una edició reduïda de la Fira en les condicions que més endavant es detallen.

Per tal d'aconseguir recursos econòmics o materials per al finançament de la Fira, l'empresa adjudicatària podrà actuar com a promotor per captar patrocini privat, coordinant-se en tot moment amb l'IMMB.

L'aportació de l'IMMB en concepte de preu de contracte per a la gestió de la fira Mercat de Mercats és la següent:

Any	Import net prestació	Import eventuals pròrrogues	VE modificació altres conceptes*	VE agregat	Import IVA	SUMA
2023	270.746,28 €		10.000 €	280.746,28 €	58.956,72 €	339.703,00 €
2024	314.300,00 €		10.000 €	324.300,00 €	68.103,00 €	392.403,00 €
Total				605.046,28 €		732.106,00 €

VE modificació altres conceptes*= cost producte habilitació mercat estàndard

L'Institut Municipal de Mercats organitzarà addicionalment una **edició reduïda de la fira**, anomenada Petit Mercat de Mercats, que suposa una partida inclosa en el pressupost de licitació de: 52.700 € IVA inclòs per cada edició. En aquest import s'haurà d'incloure en menor mesura però els conceptes de: muntatge i desmuntatge de les estructures, sous, comunicació, creativitat, assegurances, permisos, continguts i relacions públiques. En el plec tècnic es descriurà aquesta edició reduïda de la fira.

L'IMMB ha decidit que no es farà a l'edició 2023 el Petit Mercat de Mercats, i per la resta d'anys pot modificar les dates, o fins i tot, en cas de dificultats per realitzar-la, anular aquesta edició. En el cas de l'anul·lació de l'esmentat esdeveniment, la part corresponent al Petit Mercat de Mercats no podrà ser utilitzada en l'edició de l'octubre.

En cas de no aconseguir suficients comerços per a l'habilitació d'un mercat estàndard amb totes les denominacions requerides en el plec tècnic, l'adjudicatari haurà d'encarregar-se directament de les que manquin per arribar al mínim exigit, tant del producte com del comerciant. Aquest cost no pot superar la quantitat de 20.000€ IVA inclòs, i es repartirà en parts iguals entre adjudicatari i IMMB. La part corresponent a l'IMMB serà, com a màxim de 10.000€, i s'aportarà en concepte de producte de venda.

Per aquest motiu, es considera necessari contemplar la possibilitat de modificar el contracte per un màxim anual de 10.000 euros.

CLÀUSULA 2. <u>ANTECEDENTS I DESCRIPCIÓ GENERAL</u>

L'IMMB.organitza la fira "Mercat de Mercats" a la Pl. de les Glòries Catalanes per l'any 2023 del 20 al 22 d'octubre.

La primera edició de la fira es va celebrar l'any 2010 promoguda gràcies a un projecte co-finançat per la UE en el marc del programa MED. Els bons resultats obtinguts en les 5 edicions celebrades, tant per l'interès dels participants com dels usuaris, justifica la

repetició de la fira. A la pàgina web www.mercats.barcelona es pot consultar la informació de les fires Mercat de Mercats 2010-2018.

"Mercat de Mercats" està concebut com un espai ciutadà lúdico-educatiu amb els següents objectius.

L'objectiu general del projecte és promoure i posar en valor el paper dels mercats d'alimentació de Barcelona i característics de la Mediterrània com a motor del desenvolupament urbà, de promoció del producte de proximitat i de cohesió social. El projecte Ha de permetre fer visible per la ciutadania una sèrie valors que incorporen els mercats: el mercat com a proveïdor del producte fresc de qualitat, sostenible (proximitat), vinculat a l'alimentació saludable i a la dieta mediterrània, atès per professionals experts en aquests productes, espai d'encontre i centralitat urbana i de transmissió de la cultura culinària.

També es vol vincular el mercat amb els productors agraris del país i comptar amb un espai de promoció de productes i productors que alhora interactuïn amb els paradistes dels mercats per facilitar la seva distribució a ciutat o amb els consumidors finals. Aquests productors poden ser captats directament o a través de PRODECA si actua, de nou, com a patrocinador institucional.

D'altra banda, es pretén que la Fira pugui tenir un caràcter internacional, i presenti el mercat en el context de la cultura mediterrània. A tal efecte, s'explorarà la participació d'expositors i estands d'altres ciutats de la península i de la Mediterrània.

S'ha de preveure també un espai a la fira en el que el ciutadà trobi informació, exposicions o projeccions sobre els mercats municipals, la seva activitat i els beneficis que els mateixos generen a la ciutat.

El món gastronòmic hi serà representat mitjançant espais de tast de tapes elaborades, preferentment, per bars, parades i restaurants dels mercats amb productes típics del país, exemple directe de l'ús dels productes de mercat a la cuina, generant així també relacions entre els professionals de la restauració i del mercat.

Amb l'objectiu d'apropar la ciutadania al coneixement de l'ús dels productes de mercat i la gastronomia es comptarà també amb un espai d'activitats oberts al públic amb un programa que ocupi les franges principals de la fira.

En resum, l'espai firal reproduirà un mercat Mediterrani, que tindrà els espais que es detallen en l'apartat 4.1.

La localització prevista és a la Pl. de les Glòries Catalanes. L'organització preveu inicialment una ocupació de l'espai central del pla, havent-se de deixar lliures carrils per la circulació dels vianants, les cruïlles amb les vies d'interjecció, i un espai de seguretat i pel pas d'emergències. (S'adjunta plànol de les zones ocupables). En qualsevol cas caldrà

ajustar la ocupació de l'espai als requeriments de seguretat i circulació que estableixi la Guàrdia Urbana, Bombers, Protecció Civil i el Districte de Sant Martí

El dimensionament de la fira, els espais, els serveis, la seguretat, etc. s'hauran de calcular i proveir per l'adjudicatari d'acord amb les dades de les edicions anteriors, amb una estimació d'assistents mínima de 45.000 persones i 30.000 tiquets de degustació venuts.

Les dates per la celebració per a l'edició de 2023 seran del divendres 20 d'octubre al diumenge 22 d'octubre de 2023.

L' horari de l'activitat serà el següent :

- Divendres 20 de 11 a 22:00 hores.
- Dissabte 21 de 11 a 22:00 hores.
- Diumenge 22 de 11 a 21.00 hores.

El muntatge de l'espai està previst que es realitzi seguint el següent calendari.

- Inici del muntatge: dilluns 16 d'octubre a les 8 h. El divendres 20 d'octubre a les 10.00 hauran d'estar tots els espais muntats, incloent els estands i bars.
- El desmuntatge es farà el diumenge 22 d'octubre a partir de les 21.00 havent d'estar tot recollit el dimecres 25 d'octubre a les 20.00 h.

Els horaris definitius d'obertura al públic i tancament poden tenir alguna variació, així com els de muntatge i desmuntatge, per tant, seran comunicats a l'empresa adjudicatària durant les setmanes que segueixin a la seva adjudicació.

Per a l'edició de 2024 es notificaran les dates exactes a l'adjudicatari una vegada quedin determinades.

CLÀUSULA 3. OBJECTIUS DE LA FIRA

L'objectiu és posar en valor el producte sostenible, de proximitat, ecològic i procedent directament del productor/a, generant la percepció de qualitat i varietat que fomenti la confiança del consumidor.

- Reproduir un gran mercat *atractiu i festiu*, en un espai cèntric i amb gran concurrència, mantenint un caràcter *formatiu i participatiu,* composat per tantes parades com mercats té Barcelona, la seva varietat de productes i serveis.
- Comunicar i conscienciar els ciutadans dels "*valors" que incorporen els mercats*: sostenibilitat, alimentació saludable, productes de qualitat, professionals que cuiden els seus clients, l'espai de trobada, posant en relleu el seu important paper en la ciutat.
- Fer pedagogia sobre l'alimentació sostenible, què significa i com posar-la en pràctica.

- Posar en valor el "*producte agrari i artesà de venda al mercat*", generant la percepció de qualitat i de varietat, que fomenti la confiança del consumidor.
- Visualitzar la relació entre el producte local, els sistemes de producció amb diferents característiques i impactes que hi ha darrere dels productes i la seva distribució en els mercats.
- Promoure la gastronomia de mercat catalana mitjançant la degustació de "tapes" elaborades amb producte de mercat i de proximitat i amb demostracions de cuina.
- Acostar la gent jove al concepte de mercat.

Adjuntem el "Manual de ciutats sobre l'alimentació sostenible", elaborat des de la capitalitat amb el recolzament de la UB.

https://alimentaciosostenible.barcelona/sites/default/files/2021-02/Alimentació Sostenible_Manual per a ciutats_definitiu.pdf

CLÀUSULA 4. ABAST I DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

L'adjudicatari haurà d'encarregar-se de les tasques descrites en els següents punts d'aquest apartat, seguint en tot moment les indicacions de la Gerència de l'IMMB., la qual nomenarà els interlocutors que consideri necessaris com a referents de l'adjudicatari tant per al seguiment de la globalitat de l'encàrrec, com, si s'escau, per a dada temàtica concreta.

4.1. Disseny conceptual i de l'espai, les infrastructures, els serveis, les activitats, la logística i els processos.
4.2. Gestió i coordinació de participants
4.3. Gestió i coordinació de la producció tècnica
4.4. Disseny, producció i implementació del Pla de senyalització del recinte
4.5. Gestió i obtenció del patrocini
4.6. Gestió pressupostària, contractació d'infraestructures, proveïdors i participants, cobrament de tiquets de degustació.

L'adjudicatari haurà de preveure l'adopció de mesures sanitàries per la Covid 19 vigents en el moment de l'activitat. En aquest sentit seria necessària la contractació d'una assegurança per una possible cancel·lació de la fira.

4.1.Conceptualització i disseny

L'empresa adjudicatària realitzarà la conceptualització i el disseny d'un mercat en el context de la cultura mediterrània com a eix central de l'activitat ciutadana, tant des de la vessant del servei com per la seva qualitat de punt de trobada ciutadà i punt turístic de primer ordre, creant un espai atractiu pels ciutadans, incloent-hi propostes gastronòmiques i activitats divulgatives i formatives.

En base als objectius definits i als diferents agents previstos de participar, l'adjudicatari

plantejarà una idea bàsica o fil conductor que distingeixi conceptualment la fira d'enguany i que es pugui desenvolupar en els diferents nivells de comunicació, imatge i gestió.

El ciutadà ha de sentir-se còmode, segur, i poder gaudir de qualsevol dels espais que pugui trobar, tenint sempre en compte la normativa vigent de l'Ajuntament de Barcelona i altres administracions que sigui d'aplicació, i en especial, les de seguretat de materials i instal·lacions, d'accessibilitat, i activitats a la via pública.

Per aconseguir aquest fi, i partint dels objectius descrits, així com de la singularitat de l'espai on es realitzaran les diferents activitats i tenint en compte la diversitat dels mercats com a llocs singulars de la ciutat, l'empresa adjudicatària realitzarà el disseny d*e la Fira*, amb els seus equipaments, senyalització i decoració general externa que corresponguin.

Per fer-ho, hauran de recrear-se, com a mínim, els següents espais, infraestructures, serveis i activitats:

a) Espais:

- Un espai on s'ubiqui una representació dels mercats de la ciutat que només exposaran i vendran producte de la seva especialitat. En aquest espai hauran d'estar representats els 39 mercats municipals d'alimentació de la ciutat així com les diferents denominacions i haurà de constar com a mínim d'un estand per denominació. Els comerciants dels mercats d'alimentació podran vendre productes frescos o elaborats, així com precuinats que podran ser escalfats i consumits als espais de pícnic amb taules i microones per a tal efecte
- Un espai on s'ubiqui una representació dels mercats no alimentaris i venda de flors
- Una zona de restauració i tast de tapes de mercat i gastronòmiques
- Una zona de pícnic on prendre les degustacions i begudes
- Una zona central amb microones on escalfar els productes calents, i espai de barbacoes
- Bars del mercat. Espais dedicats a la venda de begudes i els tiquets dels menús
- Un espai per a productors agraris, DO i Cooperatives
- Un espai d'informació dels mercats de Barcelona
- Una zona per a activitats, tallers i presentacions en format d'Aula.
- Una zona per activitats i tallers per infants en format aula
- Escenari central
- Uns espais per a patrocinadors
- Un espai d'atenció al participant i d'informació ciutadana.
- Un espai per l'equip de comunicació
- Un espai d'emmagatzematge
- Altres espais que puguin resultar de compromisos amb l'IMMB i que aportin contingut al projecte.

Aquests espais no esgoten totes les possibilitats i es podran considerar altres propostes que contribueixin a visibilitzar millor els objectius descrits.

L'adjudicatari haurà d'aportar una proposta de distribució dels espais descrits que serà

valorada d'acord amb els criteris explicitats en el Plec de Clàusules Administratives

b) infraestructures i serveis:

- Carpes o estands adaptats per fer front a la pluja i al sol, tenint en compte la necessitats de preservar els productes d'alimentació en un espai obert solejat.
- Els estands de comerciants hauran de ser de 3x3m, agrupats en mòduls de 8 estands
- Hauran d'haver fins a 40 estands de comerciants
- Mobiliari i neveres
- Material de cuina, cuines i espai de neteja
- Magatzems
- Instal·lació elèctrica, punts de llum i grups electrògens, tenint en compte la il·luminació de nit i la capacitat i potència per al conjunt
- Aigua, punt d'aigua per a les cuines i zona de neteja per als paradistes
- Sistema de neteja
- Servei de seguretat i vigilància i equips (extintors, etc)
- Servei d'urgències mèdiques
- WC mòbils
- Jardineria, tanques,...
- Equips d'imatge, so, informàtics, megafonia i connexió wifi
- Punt d'acull, informació per al paradista.
- Senyalització i decoració de l'espai
- Marxandatge: ítems, *gadgets* i elements singulars de comunicació.

c) L'empresa adjudicatària en l'oferta gastronòmica, haurà de tenir en compte a l'espai de restauració i de tapes de mercat:

- s'ofertarà el "Menú de les estacions", amb la inclusió de productes frescos i de temporada per un preu de 13€ (inclou dues tapes de 5€,una tapa de 3€ i una beguda) o un "Menú familiar" per 35€ (inclou 4 tapes de 5€, 4 tapes de 3€ i 4 begudes)
- oferta de propostes de base vegetal
- alguns dels aliments principals de l'assortit de propostes gastronòmiques hauran de ser procedents d'agricultura ecològica i de circuit curt
- s'haurà d'incorporar productes de Comerç Just, com per exemple: sucre, cafè, té o xocolata

d) L'empresa adjudicatària haurà de completar la proposta de disseny de l'acte amb el disseny del programa d'activitats de la Fira per cada dia, amb els ponents o participants i els continguts de l'espai.

Les activitats han de girar al voltant dels productes de mercat i la gastronomia, tenint en compte la varietat de possibilitats que atorga el tema, amb combinació de

restauradors amb proveïdors i productors, amb informació sobre els productes, tècniques de cocció, trucs, receptes, o presentacions de llibres a l'aula o celler o xerrades amb autors, artistes, fotògrafs, … Han de comptar amb els espais adients i equipats per als ponents i per al públic i organitzar-se amb un calendari i horari que permeti el correcte desenvolupament de les presentacions. La facilitat de comunicació i la popularitat dels ponents, així com l'atractivitat de les propostes s'han de considerar de cara a crear una proposta atraient per als usuaris.

Una part del programa d'activitats es centrarà en l'alimentació sostenible i haurà de tenir en compte els següents objectius:

- Donar a conèixer de forma lúdica els tres eixos de l'alimentació sostenible: la salut personal, la sostenibilitat dels territoris i comunitats, i la sostenibilitat de la vida al planeta.
- Explicar què és l'alimentació sostenible, la seva importància i sobre com posar-la en pràctica.
- Animar el debat públic entorn de l'alimentació sostenible i la construcció d'alternatives sistèmiques.

A més, cal proposar activitats complementàries a desenvolupar al llarg dels tres dies de la fira en els espais comuns per animar el conjunt, com les que es poden trobar regularment en un mercat: música, activitats infantils, speaker corners, …., cercant la originalitat i el to popular i amable que caracteritza els mercats.

4.2.Gestió i coordinació de participants

L'adjudicatari serà el responsable de la coordinació de tots els participants abans, durant els tres dies de la Fira, i en l'avaluació posterior, així com de la coordinació total de l'esdeveniment, amb el suport de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona. Això fa referència tant als comerciants dels mercats, als productors, restauradors, ponents, animadors, i tots els agents que hi participin.

L'adjudicatari tindrà una cura especial en la participació dels comerciants dels mercats, tant en la seva faceta d'expositors, com en la participants a l'espai de demostracions o altres, com dels restauradors de mercats a la zona de tapes, etc. Recordant sempre, l'objectiu principal de posar en valor els mercats de Barcelona, la qualitat dels productes que s'hi venen i la producció agrària i artesana del país vinculada al comerç de mercat i a la gastronomia catalana i mediterrània.

L'adjudicatari serà responsable del proveïment, gestió d'atenció al públic de/dels espai/s dedicats a les consumicions de begudes, que alhora ha de servir per donar a conèixer i promocionar preferentment les varietats produïdes a Catalunya. L'espai del Celler del Mercat disposarà de varietat de D.O. de vins i caves suficient per a cobrir les necessitats del públic assistent a la Fira. Cada celler disposarà d'una fitxa tècnica de cada una de les D.O. que representi.

L'adjudicatari serà el responsable de la selecció de l'oferta de restauradors de tapes de mercat i

gastronòmiques, arrendant als proveïdors seleccionats els espais adients. Es demanarà una proposta de preu unitari màxim per aquest concepte que serà de 1.500 € pels tres dies de durada de la fira. Els imports obtinguts pel lloguer dels espais seran benefici de l'adjudicatari, i les vendes fetes a l'espai gastronòmic seran benefici dels restauradors.

L'IMMB treballarà conjuntament amb l'adjudicatari perquè en aquest espai hi hagi una oferta gastronòmica variada, saludable, amb cuiners emergents i creatius.

Les accions de coordinació de participants de la seva responsabilitat seran:

- Inscripció i contractació d'espais i materials als representants de mercats municipals, productors, restauradors, patrocinadors i altres possibles.
- Proveïment de materials i serveis per als expositors, restauradors i participants.
- Coordinació de la instal·lació de cada expositor i restaurador i seguiment durant la fira i desmuntatge.
- Contractació dels diferents participants en el programa d'activitats.
- Coordinació i seguiment general del conjunt d'agents que intervindran a la fira: proveïdors, diferents àrees de l'administració municipal (Guàrdia urbana, Via pública, Medi Ambient, Parcs i Jardins, Enllumenat, Informàtica, Districte de Sant Martí, altres administracions participants, patrocinadors, i altres que puguin sorgir.

Els restauradors podran oferir tapes de dues categories amb preus màxims fixats, sent obligatòria la categoria de tapa normal i a decisió del restaurador la premium.

- tapa normal: per un màxim de 3€
- tapa *premium*: per un màxim de 5€

4.3.Gestió i coordinació de la producció tècnica

L'adjudicatari serà el responsable de la coordinació de tota la logística prèvia i durant els tres dies de la Fira, en cadascuna de les dues edicions , així com de la coordinació total de l'esdeveniment, amb el suport de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona.

Per a la validació del projecte l'adjudicatari haurà d'aportar un mes abans de l'inici del muntatge, el Pla d'autoprotecció previst en la llicència.
Les accions de coordinació en la producció tècnica de la seva responsabilitat seran:

- Recerca i contractació de totes les infraestructures, serveis i personal necessaris pel correcte desenvolupament de l'activitat.
- Coordinació dels diferents proveïdors necessaris per tot l'esdeveniment, que inclou la coordinació, planificació, seguiment i control dels professionals implicats.
- La gestió i coordinació del muntatge i desmuntatge de les estructures firals. L'empresa adjudicatària s'encarregarà de la supervisió general de la Fira i les

activitats durant la seva celebració, que inclogui un manteniment correcte de les instal·lacions, i solucionar les possibles contingències que puguin sorgir.

- Supervisarà i proposarà els diferents productes i envasos que s'hagin de preveure per assegurar un funcionament correcte de les diferents activitats de la Fira.
- Hi haurà senyalització en referència al programa Comerç Verd. A l'Annex 3 trobarem la descripció dels criteris i categories de Comerç Verd i racó de Comerç Verd.
- Gestió i tractament dels residus amb criteris d'utilització de materials reciclables, plàstic zero, i reducció de deixalles.
- Gestionarà d'acord amb l'IMMB tots els permisos, serveis i assegurances necessàries per la realització de les activitats i específicament la Llicència per a espectacles públics i activitats recreatives de caràcter extraordinari a la via pública que cal presentar al Districte de Sant Martí
- Coordinarà la gestió de la fira amb els diversos serveis municipals implicats: districte, guàrdia urbana, protecció civil-bombers, via pública, informàtica i medi ambient (aigua, llum, neteja, parcs i jardins,...)
- Elaborarà un calendari o pla de treball exhaustiu de la logística i processos de les diferents fases per al desenvolupament del projecte que garanteixi el compliment de les dates de muntatge i desmuntatge i l'horari previst d'obertura al públic.

4.4 Pla de Comunicació

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària la difusió general de la fira sota la supervisió de l'IMMB.

Per fer-ho, l'empresa definirà el Pla de Comunicació global, on line i off line, que inclourà: la creativitat que validarà l'Ajuntament de Barcelona, el disseny i la producció de material gràfic, la difusió, les accions de premsa, de social media, de relacions públiques i protocol i la contractació dels diferents elements de comunicació a desenvolupar, un cop validades i en estreta col·laboració amb l'IMMB.

L'objectiu del Pla de Comunicació és generar coneixement i identificació de l'esdeveniment i les dates de celebració, distingir-lo d'altres anys i generar interès en assistir-hi mitjançant accions i propostes innovadores que s'ajusten amb la imatge que volen transmetre els mercats.

L'empresa adjudicatària s'encarregarà de l'adaptació i la producció de les peces necessàries en base a la imatge gràfica general proporcionada per l'Ajuntament de Barcelona aplicable a tot el material gràfic necessari per cada una de les activitats i espais de la Fira, seguint les directrius d'imatge determinades per l'IMMB i amb els professionals que s'acordi. Caldrà tenir en compte l'ús de la marca Mercat de Mercats, la de l'IMMB i de l'Ajuntament de Barcelona, l'estil de l'Institut de Mercats de Barcelona i el compliment de la normativa de comunicació municipal.

L'adjudicatari plantejarà una proposta original de presentació de la fira als mitjans tant

analògics com digitals i col·laborarà en la gestió del Gabinet de premsa que serà liderada per l'IMMB, en: convocatòries a mitjans, rodes de premsa, redacció de dossiers i notes, contactes i seguiment proactiu de mitjans de comunicació, contactes internacionals, promoure entrevistes a participants destacats o de renom a la fira entre els mitjans de comunicació online i offline, etc. Elaborarà també un recull de premsa- clipping d'impactes de premsa en tots els formats (premsa escrita, ràdio, televisió i premsa digital).

També definirà, conjuntament amb l'IMMB, una estratègia 2.0 amb accions prèvies, durant i post fira, tenint en compte els canals 2.0 de l'IMMB.

També serà responsabilitat de l'adjudicatari la organització i gestió del Protocol de la fira, tant pel que fa a la gestió d'invitacions o trobades com de la inauguració o atenció a personalitats, en coordinació amb l'Ajuntament de Barcelona.

La combinació de les accions gràfiques, de comunicació i protocol configuraran el Pla de Comunicació que caldrà detallar quant a:

- Aplicacions gràfiques de promoció per la ciutat o elements impresos i d'aplicació en la decoració de la fira.
- Accions a i amb mitjans
- Accions de relacions públiques
- Accions 2.0 implicant els comerciants participants i als usuaris
- Calendari de treball i producció, planificació i coordinació

El Departament de Comunicació de l'IMMB podrà demanar la modificació de les propostes per tal d'adequar-les als objectius de visibilitat, notorietat i innovació anteriorment esmentats.

L'IMMB rebrà pel seu arxiu, 5 exemplars originals cadascun dels elements de difusió que es realitzin amb motiu de la fira.

L'IMMB rebrà un exhaustiu "clipping" amb les aparicions ocorregudes a premsa escrita o audiovisual i als canals digitals (webs, blogs, xarxes socials…)

<u>4.5 Gestió del ingressos de la Fira i del patrocini i Relacions Públiques</u>

La Fira Mercat de Mercats es finançarà amb:

- L'aportació de l'IMMB en concepte de preu del contracte fins un límit de 732.105,99 euros IVA inclòs, per les dues edicions previstes segons la prooposta de distribució anual

Any	Import net prestació	Import eventuals pròrrogues	VE modificació altres conceptes*	VE agregat	Import IVA	SUMA
2023	270.746,28 €		10.000 €	280.746,28 €	58.956,72 €	339.703,00 €
2024	314.300,00 €		10.000 €	324.300,00 €	68.103,00 €	392.403,00 €
Total				605.046,28 €		732.106,00 €

- Els ingressos derivats dels drets de participació a la Fira dels diferents col·lectius, Parades dels mercats municipals, productors i artesans, patrocinadors, organitzacions empresarials i operadors individuals, i parades dels restauradors, etc, aplicant les tarifes estipulades al Plec clàusules administratives.

- Els ingressos per patrocinis privats. Per tal d'aconseguir recursos econòmics o materials per al finançament de la fira, l'empresa adjudicatària podrà actuar com a promotor captant patrocini tant en espècie com en metàl·lic, coordinant- se en tot moment amb l'IMMB per tal de no incórrer en incompatibilitats i establir una política comuna en la recerca dels mateixos. La relació de patrocini s'establirà mitjançant conveni signat alhora per l'empresa adjudicatària, l'empresa patrocinadora i l'Institut de Mercats de Barcelona. El 10% del contracte de patrocini aconseguit per l'adjudicatari serà per minorar l'import de la factura pel servei prestat.

- Els patrocinis de les Administracions Públiques que participin a la Fira Mercat de mercats seran gestionats directament per l'IMMB i no formaran part dels ingressos de l'empresa adjudicatària de la mateixa manera. La relació dels patrocinadors que col·laboren habitualment amb l'Institut i que seran gestionats directament per l'Institut és la que s'estableix en l'Annex 4 del present Plec .Aquest llistat es renovarà cada any i es comunicarà a l'adjudicatari.

- L'adjudicatari farà una proposta de dels menús abans descrits (de les estacions i familiar) que ofertarà a les barres de begudes que gestionarà, i dels ingressos corresponents a la venda de tiquets de degustació d'aquests menús, i el 8% del cost del tiquet del menú serà per ell.

La part íntegra dels ingressos corresponents a la venda de tiquets de beguda en format de consumició.

El preu ofertat serà màxim de:

cervesa estàndard: 3 €
vi estàndard 3 €:
refrescos: 2.5 €
aigua: 1.5 €

Per circumstàncies excepcionals es podrà variar el preu sempre amb l'acord de l'IMMB.

Aquests ingressos seran gestionats per l'adjudicatari i dels quals rendirà comptes en el moment de la liquidació mitjançant l'elaboració d'una memòria que lliurarà conjuntament amb el compte d'explotació del servei, Vegis en aquest sentit la Clàusula 10 d'aquest document.

Assumirà el cost de les accions de Relacions Públiques, com la inauguració institucional, i els menús de les persones que treballaran els dies de la Fira.

4.6 Gestió pressupostària

L'empresa adjudicatària presentarà un pressupost global de la Fira en la seva oferta, s'encarregarà de l'assessorament sobre el pressupost general de tot l'esdeveniment , i amb la supervisió de l'IMMB realitzarà el control pressupostari del servei.

Per això farà una proposta dels diferents serveis, contractacions i proveïdors que caldrà efectuar per la correcta realització de les activitats i espais que es proposin.

L'adjudicatari s'ocuparà de la gestió relativa a la venda de tiquets per les consumicions que es puguin fer a l'espai de degustació de la Fira. Posteriorment, liquidarà amb els establiments els tiquets corresponents.

4.7. Fases d'execució del contracte

L'empresa adjudicatària haurà de seguir aquest calendari en relació a la Fira de Mercat de Mercats:

1- GRÀFICA

Tasca	Termini
tancament cartell fira	31/05
desenvolupament peces bàsiques: torreta, banderola, opi	30/06

2- IMPLEMENTACIÓ A L'ESPAI

Tasca	Termini
Definició de l'espai	1/06

Implementació de les diferents àrees a l'espai	30/06
Presentació model mòduls	15/07

3- CAPTACIÓ PARTICIPANTS

Tasca	Termini
Elaboració cartes participació als diferents participants	1/06
Captació dels diferents participants: comerciants de mercat, PRODECA, etc	15/07
Patrocinadors	1/09

4- ACTIVITATS

Tasca	Termini
Proposta activitats: calendari	15/07
Tancament programa	30/09

Aquest calendari pot estar sotmès a canvis de terminis l'any 2023, depenent de la data del contracte amb el proveïdor, i per tant, de manera consensuada entre ambdues parts, s'hauran d'adaptar les diferents tasques als seus terminis. Es concentraran les tasques entre els mesos de juliol i octubre.

I l'empresa adjudicatària haurà de seguir aquest calendari en relació al Petit Mercat de Mercats:

1- GRÀFICA

Tasca	Termini
tancament cartell fira	10/03
desenvolupament peces bàsiques: torreta, banderola, opi	20/03

2- IMPLEMENTACIÓ A L'ESPAI

Tasca	Termini
Definició de l'espai	20/03

Implementació de les diferents àrees a l'espai	31/03
Presentació model mòduls	31/03

3- CAPTACIÓ PARTICIPANTS

Tasca	Termini
Elaboració cartes participació als diferents participants	31/03
Captació dels diferents participants: comerciants de mercat, PRODECA, etc	15/04
Patrocinadors	15/04

4- ACTIVITATS

Tasca	Termini
Proposta activitats: calendari	31/03
Tancament programa	15/04

*No hi haurà edició en 2023 i per l'edició de 2024 aquestes fases poden patir modificacions si es modifiquen les dates.

4.8. Facturació:

Es podran facturar les accions realitzades abans de la realització de la fira, corresponents a tasques del disseny de la imatge de l'esdeveniment, creativitats de les peces de comunicació i d'implementació a l'espai i model dels mòduls, no superant mai el 40% del pressupost destinat a l'esdeveniment. I l'import restant es liquidarà al presentar el compte de resultats finalitzat l'esdeveniment.

CLÀUSULA 5. OBLIGACIONS DE L'INSTITUT DE MERCATS DE BARCELONA

L'Institut de Mercats de Barcelona es compromet als punts detallats a continuació:

- Espai. L'IMMB facilitarà la coordinació amb el Districte de Sant Martí per garantir la plena disponibilitat de l'espai de la Pl. de les Glòries Catalanes per les dates compromeses per a la fira, des del seu muntatge el dia 16 d'octubre a les 08h. fins el seu desmuntatge el dia 25 d'octubre a les 20 h.

- Coordinació municipal. Per tal de facilitar el màxim aprofitament dels recursos

municipals disponibles, l'IMMB facilitarà la coordinació amb els serveis municipals del districte de Sant Martí, neteja, enllumenat/energia, cicle de l'aigua, parcs i jardins, via pública.

- Suport a la coordinació dels expositors de mercats.

- Coordinació i aprofitament de les estructures i canals de comunicació municipals: gabinet de premsa i protocol, direcció de comunicació i marketing, web municipal i de l'IMMB, xarxes socials,...

- Coordinació amb altres administracions públiques participants de la fira mitjançant conveni amb l'IMMB.

CLÀUSULA 6. RECURSOS HUMANS

L'empresa adjudicatària comptarà amb un equip tècnic amb professionals dels diferents àmbits de la gestió de fires, gastronomia, activitats populars, comunicació, gestió econòmica i comercials. Per al correcte compliment de l'encàrrec l'adjudicatària proposarà un planning de dedicació dels diferents responsables en les diverses fases de la fira.

L'estructura organitzativa haurà de comptar cobrir com a mínim les següent funcions

- Direcció de de la fira
- Sots-direcció i coordinació general
- Control econòmic
- Control de de producció
- Equip de producció
- Equip tècnic de l'escenari
- Equip de manteniment elèctric
- Equip de manteniment d'estructures
- Equip de regidors pels diferents espais
- Equip de patrocini
- Equip de ticketing
- Equip de comunicació i RRPP
- Equip de fotografia vídeo i responsable d'audiovisuals
- Equip de muntatge i desmuntatge d'infraestructures i serveis
- Personal de cuina i servei
- Personal de seguretat
- Personal de neteja
- Personal d'atenció al públic i venda de tiquets
- Equip d'atenció de l'estand participants/ciutadania

L'adjudicatari haurà de fer una proposta de personal propi o contractat i justificar la cobertura del conjunt de serveis objecte d'aquesta concessió amb aquestes persones.

CLÀUSULA 7. SEGUIMENT DELS TREBALLS.

El Departament de Comunicació de l'IMMB realitzarà la supervisió i aprovació sobre el desenvolupament dels treballs i propostes.

Tots els treballs es desenvoluparan d'acord amb l'orientació i criteris marcats per aquest Departament, que assistirà a l'adjudicatari en la correcta realització de l'objecte d'aquesta licitació i realitzarà la tramitació dels permisos oportuns, entre altres.

Ambdues parts es comprometen a crear una comissió de seguiment, que el licitant proposarà en la seva oferta, amb un calendari de treball periòdic establert. L'incompliment d'aquest calendari pot suposar una penalització econòmica per a l'adjudicatari d'acord amb el Plec de Clàusules Administratives.

Aquest calendari ha de contemplar com a dates imprescindibles (entre d'altres):

- Calendari de treball i reunions previstes entre l'adjudicatari I l'IMMB, temes a tractar, decisions a prendre, accions a emprendre
- Tancament del programa d'activitats i ponències 2 mesos abans de la celebració de l'activitat.
- Tancament del 80% dels expositors participants a la fira 3 mesos abans de la celebració.
- Presentació de les tapes i receptes previstes a la fira amb 1,5 mesos d'antel·lació
- Presentació de les adreces i perfils digitals dels participants amb 1,5 mesos d'antelació

CLÀUSULA 8. DESCRIPCIÓ PETIT MERCAT DE MERCATS

Es realitzarà al mes de maig, durant dos dies, l'IMMB tancarà les dates amb una anticipació mínima de 4 mesos, i haurà de comptar amb un mínim d'espais:

S'escollirà un mercat de la Xarxa de Mercats de Barcelona i es definirà conjuntament amb l'empresa adjudicatària l'espai on es realitzarà la festa del Petit.

La durada serà de dos dies: divendres i dissabte, per coincidir amb l'horari d'obertura del mercat escollit.

Haurà de comptar com a mínim d'aquests espais:

- Zona gastronòmica
- Espai de representació del mercat/mercats
- Zona infantil
- Aula
- Espai d'informació/venda de tiquets
- Zona patrocinadors
- Escenari

A l'Annex 5 es presenta l'esquema bàsic de la implementació del Petit Mercat de Mercats.

Les tapes que s'ofertaran seran de dues categories amb preus màxims fixats, sent obligatòria la categoria de tapa normal i a decisió del restaurador la premium.

- tapa normal: per un màxim de 3€
- tapa *premium*: per un màxim de 5€

El preu ofertat de les begudes serà màxim de:

cervesa estàndard: 3 €
vi estàndard: 3 €
refrescos: 2.5 €
aigua: 1.5 €

Per circumstàncies excepcionals es podrà variar el preu sempre amb l'acord de l'IMMB.

CLÀUSULA 9. CONTINGUT I ESTRUCTURA DE LA PRESENTACIÓ DE L'OFERTA

L'oferta tècnica del licitador ha de contenir tots els requeriments exposats en aquest plec de prescripcions tècniques, i es presentarà electrònicament per el portal de licitacions de l'Ajuntament de Barcelona, d'acord amb les instruccions estipulades en el Plec de Clàusules Administratives.

L'oferta tècnica ha de seguir l'estructura següent, tot i que el licitador pot adjuntar documentació i propostes complementàries que consideri d'interès:

Conceptualització i disseny de la Fira

- Descripció conceptual de la idea força i del fil conductor de la fira
- Plànols de distribució dels espais, serveis i circulació.
- Descripció d'infraestructures i serveis generals.
- Programa d'activitats i participants així com altres propostes d'animació i dinamització durant els dies de la fira

Pla de Comunicació

L'empresa definirà el Pla de Comunicació global, *on line* i *off line*, que inclourà:

- Proposta creativa : eix de comunicació, missatges principals i mostra de declinacions
- Proposta d'accions de difusió : accions de premsa, de *social media*, de relacions públiques i protocol
- Flight de campanya

Procediment de gestió i coordinació

- Proposta de captació i gestió de participants a la fira: expositors, patrocinadors, ponents, ….
- Descripció del sistema de coordinació dels diferents agents i documentació prevista d'utilitzar (dossiers, normatives, fitxes, acords, contractes,…)
- Calendari/Pla de treball de les diferents fases de l'encàrrec.
- Proposta de pressupost, d'acord amb la proposta de disseny i gestió de l'acte que inclourà: pressupost de les despeses d'instal·lacions i serveis (excloent-hi els costos de direcció i organització) i pressupost d'ingressos previstos. Els diferents conceptes que intervenen en el pressupost hauran d'estar suficientment especificats.
- Tarifari de preus de tapes i begudes i propostes de patrocini que seran comunicades prèviament i consensuades amb l'IMMB.

La proposta econòmica (Sobre 2C), es presentarà segons el model establert al Plec de clàusules administratives particulars.

CLÀUSULA 10. PROPIETAT INTEL·LECTUAL, SEGURETAT I CONFIDENCIALITAT

L'adjudicatari està obligat a guardar secret respecte de les dades o informació que no essent públics estiguin relacionats amb l'objecte del contracte.

Tota la documentació que es generi al llarg del servei és propietat exclusiva de l'IMMB. El licitador no el podrà fer servir per altres finalitats llevat del consentiment exprés del client, això sense perjudici del dret a aparèixer identificat com a organitzador de la Fira.

CLÀUSULA 11. MEMÒRIA DE LA FIRA I LIQUIDACIÓ D'INGRESSOS I DE DESPESES

L'adjudicatari lliurarà un mes després de la celebració de la Fira, una memòria gràfica on es detallarà l'activitat realitzada, els elements utilitzats l'impacte en els mitjans i les conclusions. També es detallaran les incidències i recomanacions per següents edicions. Aquesta memòria s'haurà de presentar en català i farà referència explícita i gràfica a l'organisme promotor de la Fira: Institut Municipal de Barcelona – Ajuntament de Barcelona.

L'empresa adjudicatària presentarà una segona memòria on es detallaran les despeses generades i els ingressos obtinguts per la prestació del servei, d'acord amb allò estipulat a la clàusula 4.5 d'aquestes prescripcions tècniques on s'estipulen els mecanisme de finançament de la Fira.

L'adjudicatari haurà de lliurar també una memòria gràfica i econòmica del Petit Mercat de Mercats en el termini de 15 dies després de la celebració de la festa.

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

CLÀUSULA 12. DIFUSIÓ DEL SERVEI I DRET D'IMATGE

La representació externa, tant a efectes de relació amb entitats, institucions, organismes, persones, etc., públiques i privades, com amb els mitjans de comunicació correspon a l'Ajuntament. L'incompliment d'aquest punt donarà lloc a les corresponents sancions, independentment dels aspectes penals, en el cas que l'adjudicatari s'atribueixi funcions que no li són pròpies.

La titularitat de la documentació escrita derivada de la relació amb els usuaris, o la que resulti de l'elaboració d'informes, estudis o qualsevol altre tipus de contingut, adreçada a qualsevol destinatari individual o col·lectiu, públic o privat i que l'adjudicatari elabori en qualsevol fase del desenvolupament del Projecte i es derivi de la seva gestió tècnica a partir del contracte de prestació de serveis, correspon a l'Ajuntament de Barcelona.

En tota la documentació constarà obligatòriament, amb l'estructura, contingut i anagrama que els serveis del propi Ajuntament estipulin, aquesta titularitat, igualment i també a partir del dictamen tècnic, s'especificarà en la documentació elaborada que l'adjudicatari realitza la gestió tècnica del Projecte.

S'entén que el mateix plantejament amb respecte a la titularitat de la documentació s'aplicarà quan aquesta s'elabori per qualsevol altre mitjan, com per exemple, audiovisual, etc.

La titularitat correspondrà únicament a l'Adjudicatari quan aquest s'adreci a l'Ajuntament per fer-li arribar els preceptius informes interns del desenvolupament del Projecte.

Pilar Roca i Viola
Direcció d'Organització, Màrqueting i Sistemes

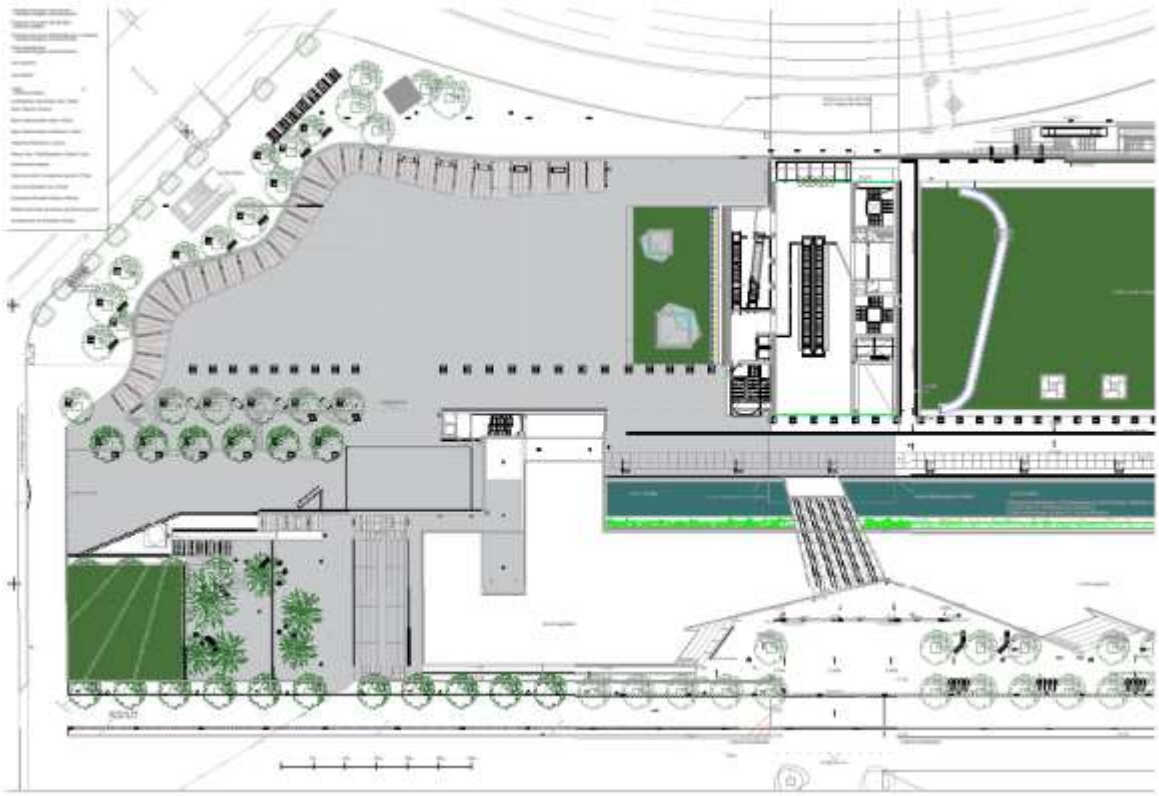
Ajuntament de Barcelona

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

ANNEX 1.

Plànol ubicació de la fira

La zona grisa és l'àrea de la fira Mercat de Mercats.



ANNEX 2

Denominacions als mercats municipals de Barcelona:

ORDENANÇA, modificació parcial del text refós de l'Ordenança municipal de mercats (TROM). Aprovació Consell Municipal, 26 d'octubre de 2018.
https://w123.bcn.cat/APPS/egaseta/home.do?reqCode=downloadFile&publicacionsId=17015

Les denominacions que tindran presencia a la fira seran:

- Peix i marisc
- Pesca salada/bacallà
- Carnisseria
- Menuts
- Cansaladeria, xarcuteria i embotits
- Polleria i caça
- Ous
- Olives, conserves i confitats en vinagre
- Fruites i verdures
- Llegums i cereals
- Especialitats
- Despatx de pa i pastisseria
- Flors i plantes
- No alimentaris

ANNEX 3

Qualsevol establiment podrà ser classificat dins d'una de les dues categories (Comerç Verd o Racó de Comerç Verd), d'acord amb el nombre de referències o el percentatge de producte disponible al seu establiment. Per obtenir la categoria Comerç Verd o Racó de Comerç Verd s'ha de complir com a mínim 1 criteri (local, ecològic, directe de, etc.) llevat del criteri "elaboració pròpia", que serà un valor afegit de l'establiment, però que no serà suficient com a criteri únic per a l'adhesió.

Fruita i verdura

Criteri	Racó de Comerç Verd	Comerç Verd
Local (Catalunya)	> 40 %	> 70 %
Ecològic	> 10 referències	> 20 referències
Directe de pagès	> 25%	> 50 %

Ajuntament de Barcelona

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

Peix i marisc

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local (Mediterrani)	Mínim 5 referències
Directe de llotja	Mínim 5 referències*

* De temporada.

Aviram i conill

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local	Mínim 2 referències*
Ecològic	Mínim 2 referències
Elaboració pròpia	Mínim 3 referències

* Pollastre groc català, de pagès, IGP, conill Q.

Ous

Criteri	Racó de Comerç Verd
De pagès	Mínim 2 referències*
Ecològic	Mínim 1 referència**

* Codis 1 i 2 de l'ou. ** Codi 0 de l'ou.

Vedella

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local	Mínim 1 referència*
Ecològic	Mínim 1 referència
Elaboració pròpia	Mínim 2 referències

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

* IGP vedella dels Pirineus, marca Q.

Xai i cabrit

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local	Mínim 2 referències*
Ecològic	Mínim 1 referència
Elaboració pròpia	Mínim 1 referència

* De traçabilitat d'origen de Catalunya.

Cansaladeria

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local	Mínim 2 referències*
Ecològic	Mínim 1 referència
Elaboració pròpia	Mínim 2 referències

* Races (Duroc, ibèric...), marca Q, ibèric.

Xarcuteria i formatges

Criteri	Racó de Comerç Verd
Local	Mínim 4 referències*
Ecològic	Mínim 2 referències**
Elaboració pròpia	Mínim 2 referències

* Producte artesà català, marca Q, IGP, ibèric, formatges de llet crua i artesans de Catalunya.
** Embotits i formatges.

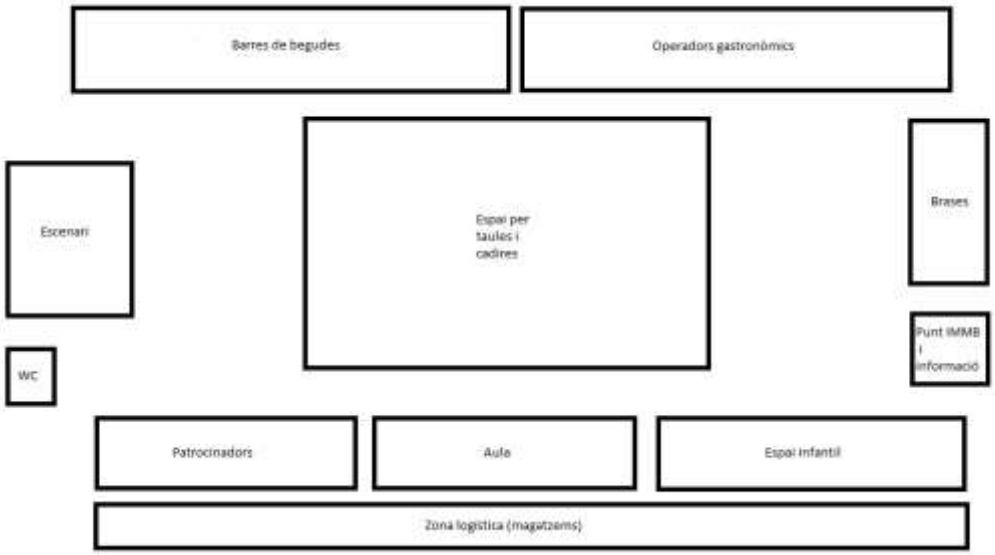
Ajuntament de Barcelona

INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS DE BARCELONA
C/ Gran de Sant Andreu 200, pl. 2a. - 08030 Barcelona
Telèfon 93 413 28 82

ANNEX 4.

Relació dels patrocinadors que col·laboren habitualment amb l'Institut i que seran gestionats directament per ell.

- SOCIEDAD ANONIMA DAMM (Sector cerveses i aigües)

ANNEX 5.

Esquema bàsic de la implementació del Petit Mercat de Mercats en l'espai que cada any li sigui assignat.