

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE DISSENY GRÀFIC, DE SERVEIS DE CONSULTORIA DIGITAL, CREACIÓ DE CONTINGUT I DINAMITZACIÓ DE XARXES SOCIALS, I SERVEIS WEB DE PRODECA, BENVINGUTS A PAGÈS (BaP) I GASTROTECA 2023

Expedient número 01/2023

Contingut

1. ANTECEDENTS	4
2. OBJECTE DEL CONTRACTE.....	4
3. CONDICIONS GENERALS D'EXECUCIÓ DELS SERVEIS	5
Respecte del temps de resolució d'incidències	6
Respecte de la metodologia de treball	7
4. LOT 1. SERVEIS DE DISSENY GRÀFIC	7
Tasques i tipologia de peces a realitzar	7
Benvinguts a Pagès	7
Gastroteca.....	8
Corporatiu Prodeca	8
Oficina Compartida de l'Alimentació Sostenible (OCAS)	8
Condicions generals del servei	9
Lliurament dels materials gràfics.....	9
Metodologia de treball.....	10
Equip de treball.....	10
DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES.....	11
Proposta gràfica identitat Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS)	12
Proposta d'interpretació gràfica i infogràfica de les dades compreses a l'Annex 5 PPT 12	
Proposta de disseny web per a la promoció del sector agroalimentari i gastronòmic: Catalunya, Regió Mundial de Gastronomia 2025.....	13
Imatge gràfica per a la campanya Gastroteca al món.....	14
5. LOT 2: SERVEIS DE CONSULTORIA DIGITAL, CREACIÓ DE CONTINGUT I	

DINAMITZACIÓ DE XARXES SOCIALS	15
Benvinguts a Pagès	15
Objectius generals de l'estratègia digital	15
Objectius específics	15
Objectius marc específics i mesurables	16
Definició de les tasques	16
Gastroteca.....	19
Objectius generals	19
Objectius marc específics i mesurables	19
Definició de les tasques de consultoria digital i xarxes socials	19
Prodeca corporatiu	22
Objectius generals de l'estratègia digital	22
Objectius marc específics i mesurables	23
Definició de les tasques	23
Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS).....	25
Objectius generals de l'estratègia digital	25
Objectius marc específics i mesurables	25
Definició de les tasques	25
Condicions de servei.....	27
Equip de treball.....	28
DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES.....	29
6. LOT 3. SERVEIS WEB DE PRODECA, BENVINGUTS A PAGÈS (BaP) I GASTROTECA 30	
Serveis web	31
Web corporatiu Prodeca.....	31
Web Benvinguts a Pagès	33
Web corporatiu Gastroteca.....	34
Serveis de màrqueting i analítica digital	36
Descripció de les tasques a desenvolupar	36
Condicions del servei.....	39
Equip de treball.....	40

DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES.....	42
--	----

1. ANTECEDENTS

Promotora d'Exportacions Catalanes SA (d'ara en endavant PRODECA) és una empresa pública de la Generalitat de Catalunya, adscrita al Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, que té per objecte la promoció dels productes agroalimentaris catalans en els mercats nacional i internacional.

Ofereix serveis de suport al comerç exterior i d'acompanyament en el procés d'internacionalització a les empreses agroalimentàries catalanes; facilita la seva participació a les principals fires agroalimentàries internacionals, desplega programes d'iniciació a l'exportació, diversificació de mercats, promoció comercial i consolidació de la presència a països tercers. Organitza trobades de negoci entre empreses catalanes i operadors de mercats nacionals i internacionals, així com relacions comercials i de cooperació amb països tercers en l'àmbit agroalimentari.

Per tal de portar a terme la seva activitat amb la màxima eficiència i eficàcia, requereix de la contractació de serveis de disseny gràfic, de serveis de consultoria digital, creació de contingut i dinamització de xarxes socials, i serveis web de Prodeca, Benvinguts a Pagès (BaP) i Gastroteca.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte de la present licitació és l'adjudicació dels serveis de disseny gràfic, de serveis de xarxes socials i creació de continguts, i de serveis web de Prodeca, Benvinguts a Pagès (BaP) i Gastroteca, d'acord amb els presents plecs de prescripcions tècniques.

La present licitació es divideix en tres lots:

- Lot 1. Serveis de disseny gràfic
- Lot 2: Serveis de consultoria digital, creació de contingut i dinamització de xarxes socials
- Lot 3. Serveis web de Prodeca, Benvinguts a Pagès (BaP) i Gastroteca

Les principals funcions a què aniran dirigits els serveis continguts en els Lot 1. Serveis de disseny gràfic, Lot 2. Serveis de consultoria digital, creació de contingut i dinamització de xarxes socials, i Lot 3. Serveis web de Prodeca, Benvinguts a Pagès (BaP) i Gastroteca estaran adreçats principalment a la comunicació corporativa de Prodeca, als projectes Benvinguts a Pagès i Gastroteca. En el cas dels Lot 1. Serveis de disseny gràfic, i Lot 2. Serveis de consultoria digital, creació de contingut i dinamització de xarxes socials, a més, inclouran les actuacions derivades del Conveni subscrit entre el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, l'Ajuntament de Barcelona, Prodeca i el Pla Estratègic Metropolità de Barcelona per a la creació de l'Oficina Compartida d'Alimentació Sostenible.

Aquest Plec de prescripcions tècniques queda complementat pels annexos:

Annex 1 PPT. Descripció de les iniciatives i projectes Benvinguts a Pagès, Gastroteca i Oficina

Compartida d'Alimentació Sostenible

Annex 2 PPT Manual d'identitat de marca de Prodeca

Annex 3 PPT Dossier de premsa de Prodeca

Annex 4 PPT Memòria Corporativa Prodeca 2021

Annex 5 PPT Dades element criteri de valoració Lot 1 Disseny Gràfic

Annex 6 PPT Briefing Memòria Tècnica Lot 1 Disseny Gràfic.

Annex 7 PPT Manual de marca Catalunya, on el menjar és cultura

Annex 8 PPT Dossier de premsa BaP

Annex 9 PPT Manual de marca BaP

Annex 10 PPT Briefing de marca BaP

Annex 11 PPT Manual de marca Gastroteca

Annex 12 PPT Presentació Gastroteca

Annex 13 PPT Briefing de marca Gastroteca

3. CONDICIONS GENERALS D'EXECUCIÓ DELS SERVEIS

- L'adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar, i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la consecució i difusió dels resultats previstos.
- L'adjudicatària ha de garantir l'execució correcta de tots els materials i serveis.
- L'adjudicatària ha de garantir la correcció ortotipografia i gramatical de totes les peces en qualsevol dels idiomes en què s'hagin de lliurar.
- L'adjudicatària ha de lliurar els treballs en el temps i forma requerits per Prodeca.
- L'adjudicatària es compromet a coordinar-se amb la resta d'empreses adjudicatàries dels diferents lots de la present licitació en cas que fos necessari per a la correcta execució del servei.
- L'adjudicatària garanteix la seva assistència a les reunions que es convoquin amb les persones referents que siguin necessàries per a concretar els detalls i les condicions de les tasques, tant prèvies als encàrrecs com posteriors a la realització dels treballs.
- El calendari laboral que regeix els dies hàbils, tant per al càlcul de terminis com per al lliurament d'entregables, serà el de la ciutat de Barcelona.
- Prodeca podrà exigir, en qualsevol moment, durant la prestació del servei, la substitució del personal que a criteri dels responsables no presenti una adequada capacitat professional o correcció per a desenvolupar les funcions que li corresponen. També en el cas d'incomplir de forma voluntària qualsevol normativa interna o legal.

- Prodeca podrà controlar en tot moment, a través del responsable de contracte, el personal de l'empresa adjudicatària, per a conèixer que compleix amb l'oferta i amb l'exigit en els diferents punts del contracte.
- Tot i que els treballs seran efectuats a les oficines de l'empresa adjudicatària, Prodeca podrà sol·licitar la presència del coordinador sempre que tingui necessitat del seu consell o assessorament presencial.
- L'adjudicatària està obligada a respectar el caràcter confidencial de tota aquella informació a què tingui accés per a l'execució del contracte.
- La propietat dels treballs adjudicats correspondrà a Prodeca, i ningú no podrà fer-ne ús sense la seva autorització, en els termes previstos en el plec de clàusules administratives particulars de l'expedient.
- En el cas d'ús d'imatges, l'empresa adjudicatària serà la responsable de respectar i vetllar per la protecció dels drets d'autor de les mateixes, així com dels drets d'imatge de les persones que hi apareixen.
- L'adjudicatària es compromet a adoptar les mesures previstes en matèria de seguretat i salut en el treball, així com aquelles mesures necessàries per evitar que de l'execució del contracte puguin derivar-se danys.

Respecte del temps de resolució d'incidències

Es defineix el temps de resolució d'una incidència a qualsevol dels lots d'aquest contracte de serveis, com el temps, mesurat en hores hàbils (horari de 9 a 18 hores), que transcorre des de que Prodeca en comunica a l'adjudicatària la necessitat fins que l'adjudicatària en fa la resolució. El temps màxim permès dependrà del nivell de prioritat de la sol·licitud.

El nivell de prioritat de les incidències el marcarà el responsable del contracte de Prodeca o, en el seu defecte, l'interlocutor de Prodeca assignat a aquest contracte. El nivell de prioritat serà comunicat al contractista.

En la següent taula es mostren els temps màxims permesos de tramitació en funció del nivell de prioritat:

Nivell de prioritat	Temps màxim permès (en hores)
Urgent	5 hores
Normal	12 hores
Baix	24 hores

Els temps de resposta i terminis marcats al present plec de prescripcions tècniques es consideren obligacions essencials.

Respecte de la metodologia de treball

L'empresa adjudicatària s'encarregarà de rebre els encàrrecs i d'organitzar l'equip de manera que quedin cobertes totes les activitats de programació.

En aquest sentit, l'empresa adjudicatària ha de designar una persona sènior de contacte que s'encarregui de la distribució de les tasques.

La coordinació de les tasques encarregades es farà via telefònica, telemàtica o amb reunions de seguiment periòdiques en què s'avaluarà el desenvolupament correcte del servei.

Se celebraran reunions periòdiques a petició de Prodeca, en què es farà un repàs exhaustiu de les diferents tasques en actiu, així com del calendari de treball proposat, i s'establiran prioritats d'acord amb les necessitats de manteniment i de retransmissió. Es farà també un seguiment dels objectius i del seu grau d'assoliment.

Prodeca proposarà una eina col·laborativa en què es puguin definir les diferents tasques a realitzar, prioritzar-les i definir dates d'acompliment.

Així mateix, l'adjudicatària haurà d'aportar un entorn de desenvolupament amb què poder revisar les tasques abans d'incorporar-les a l'entorn productiu.

4. LOT 1. SERVEIS DE DISSENY GRÀFIC

El Lot 1. Serveis de disseny gràfic correspon a la conceptualització gràfica, disseny gràfic, maquetació i adaptació d'originals per a l'elaboració de productes gràfics i altres elements de comunicació i marxandatge promoguts per Prodeca per a la difusió de les seves activitats i projectes.

Tant a la conceptualització com a la fase d'aplicació de disseny gràfic s'ha de realitzar una labor intel·lectual i creativa, basada en l'originalitat, memorabilitat i rigor en l'ús de la gràfica del projecte recollit al manual de marca i desenvolupat en l'univers de peces ja existents.

Tasques i tipologia de peces a realitzar

En aquest apartat es relacionen les tasques i tipologia de peces a realitzar per a cada un dels projectes previstos en el present Lot. Les tasques i tipologia de peces s'han de considerar a títol orientatiu i podran estar subjectes a adaptació per necessitats del projecte o de Prodeca.

Benvinguts a Pagès

Les tasques i tipologia de peces que cal realitzar per a aquest projecte són les següents:

- a) Adaptació de la imatge de marca a la nova campanya
- b) Adaptació, segons mides i especificacions, de totes les peces necessàries per a la campanya digital (baners), xarxes socials (rètol publicitari i altres materials corporatius per a Facebook, Twitter, Instagram, Youtube), de mitjans de comunicació (insercions a premsa), d'estàtica exterior (OPIS, banderoles, cartellera, tertúlies, materials per a estands de fires).

- c) Adaptació de totes les peces necessàries per a la comunicació dels agents (kit newsletter, peça Facebook, peça Instagram, peça Twitter, peça Whatsapp)
- d) Actualització del faldó d'organització amb els logotips i de composicions per a la pàgina web
- e) Maquetació i actualització de documents (dossier de premsa, plantilles notes de premsa, convocatòries, etc.)
- f) Senyalística per als agents participants a partir de formats i dissenys proporcionats per l'organització: fletxa de senyalització, bafarades, davantal, cartell A3 senyalística agents, adhesius, etc.).
- g) Material de marxandatge (8 adaptacions a partir de formats proporcionats per l'organització. Exemples: xapes, samarretes, draps de cuina, davantals, caixes, etc.)
- h) Una falca radiofònica amb locució professional i música amb drets inclosos gravada a estudi
- i) Actualització kit promocional dels agents participants
- j) Memòria gràfica, arxiu, intranet, presentacions i altres materials requerits

Aquests materials es refereixen tant al projecte BaP La Festa com al projecte BaP Tot l'Any.

Gastroteca

- a) Disseny corporatiu de peces per al projecte Gastroteca

Corporatiu Prodeca

- a) Infografies i disseny de mapes
- b) Maquetació de documents interns (memòries, informes, publicacions, mapatges, catàlegs)
- c) Manuals d'aplicació gràfica de marques
- d) Disseny de baners i imatges per a xarxes socials
- e) Disseny gràfic per a fires i actuacions corporatives
- f) Creació i adaptació de peces Catalunya on el menjar és cultura o de la marca Prodeca
- g) Disseny de newsletters
- h) Disseny de peces online i offline (cartelleria, roll ups, senyalística, cartel·les

Oficina Compartida de l'Alimentació Sostenible (OCAS)

- a) Creació d'identitat gràfica de l'Oficina Compartida de l'Alimentació Sostenible
- b) Disseny gràfic de materials de difusió (infografies, cartells, maquetació de documents, plantilles, material audiovisual per a xarxes socials, banners, etc.

Condicions generals del servei

Les tasques i tipologia de peces a realitzar s'han de considerar orientatives. Prodeca demanarà la realització de les peces segons necessitats, d'acord amb un calendari de realització.

El manual de marca corporativa de Prodeca així com els diferents manuals de marca dels projectes de Prodeca seran la guia gràfica per a les adaptacions i noves peces. Els resultats hauran de ser harmònics i normatius amb les directrius reflectides al manual de marca i continuïstes amb el corpus gràfic de l'empresa.

Atès que totes les peces comunicatives dissenyades han de complir amb la normativa d'identitat gràfica, no s'estableix un nombre màxim de versions, sinó que es donarà per finalitzat l'encàrrec quan la peça sigui validada per l'Àrea de Comunicació de Prodeca.

Les peces gràfiques, tant impreses com digitals, es poden produir en diversos idiomes, per la qual cosa, si es considera necessari, l'adjudicatària haurà de fer tantes adaptacions com idiomes siguin requerits. Les traduccions i revisions idiomàtics estaran incloses en l'oferta de les licitadores. A títol general, els idiomes de més us en la comunicació gràfica de Prodeca són: català, castellà i anglès; també es requeriran determinades peces, sobretot per a fires, en àrab, alemany, coreà i xinès.

Totes les composicions dels dissenys encarregats hauran de complir amb uns estàndards visuals i estructurals que permetin la correcta percepció visual i que en garanteixin l'òptima comprensió.

Les actuacions i tasques previstes es fonamenten en una planificació que es pot veure afectada tant per causes externes com internes. Per tant, podran ser modificades per acord de les parts sense que aquesta modificació suposi en cap cas modificació contractual ni increment del preu del contracte. Si alguna actuació no s'arribés a executar i no fos substituïda per una altra, el preu no serà abonat a l'empresa adjudicatària.

Lliurament dels materials gràfics

El lliurament de la versió final dels productes es realitzarà en els formats que es demanin en cada cas, que poden incloure les arts finals en PDF, JPG, PNG, TIFF en alta resolució, amb i sense marques de tall i sang, optimitzats per a web, així com els arxius originals de treball editables empaquetats en format d'origen.

El licitador haurà d'enviar els originals, tant les arts finals com els arxius originals, en obert i en el format dels arxius de treball d'origen, degudament empaquetats amb tots els elements que formen part de la composició quan Prodeca així ho requereixi.

Els lliuraments es realitzaran a través de correu electrònic, mitjançant carpetes compartides online, arxius adjunts o de transferències d'arxius. El correu electrònic de lliurament s'indicarà en el moment de realitzar la petició de tasca.

L'adjudicatari ha de comprometre's a entregar les peces en els terminis acordats per Prodeca. Els terminis d'entrega poden ser objecte de modificació en casos puntuals i justificats, previ

acord entre les dues parts.

Metodologia de treball

Les peticions es realitzaran des de l'Àrea de Comunicació Corporativa de Prodeca, que serà l'encarregada de fer el seguiment i validació final del servei i peces. Ocasionalment, i de forma coordinada amb l'Àrea de Comunicació Corporativa, les peticions es poden realitzar també des d'altres àrees de Prodeca, sent la primera àrea la que donarà la validació final a totes les peces. L'empresa adjudicatària s'encarregarà de rebre els encàrrecs i d'organitzar l'equip de treball de tal forma que quedin cobertes totes les necessitats gràfiques de Prodeca.

La coordinació de les tasques encarregades es farà via telefònica, telemàtica o amb reunions periòdiques en què s'avaluarà el desenvolupament correcte del servei. Se celebraran reunions a petició de Prodeca, en què es farà un repàs exhaustiu de les diferents tasques en actiu, així com del calendari de treball proposat, i s'establiran prioritats d'acord amb les necessitats de lliurament de les peces. Es farà també un seguiment dels objectius i del seu grau d'assoliment.

Equip de treball

L'adjudicatari haurà de disposar d'almenys una persona qualificada per a l'execució dels serveis objecte del present Lot.

Per a l'execució del servei, s'han previst tasques que corresponen als perfils professionals següents:

- 1 executiu de comptes que serà interlocutor i que haurà de coordinar-se amb Prodeca i amb els diferents participants del procés de comunicació i de producció fins al lliurament dels materials. L'empresa adjudicatària ha de designar una persona de contacte que s'encarregui de la distribució de les tasques, amb un mínim de 5 d'anys d'experiència com a gestor/a de comptes.
- 1 dissenyador/a gràfic, amb una experiència mínima de 5 anys en projectes de comunicació corporativa en empreses o institucions.

En cas necessari, l'adjudicatària instrumentarà les substitucions oportunes en l'equip de treball per a respectar les disposicions relatives a permisos, llicències, vacances, malaltia o qualsevol altra que pugui correspondre en dret als treballadors sense que suposi un perjudici per a la prestació del servei.

També en cas que, per qualsevol circumstància, l'adjudicatària hagués de canviar algun dels membres de l'equip de treball, haurà de comunicar-ho prèviament, amb indicació dels motius i identificació de la persona substituïda. Tot el personal substituït haurà de complir amb les exigències requerides en aquest plec.

Aquesta obligació es considera una obligació essencial del contracte.

Durant la vigència del contracte, Prodeca podrà demanar comptes, en tot moment, al personal de l'empresa adjudicatària, per a fer seguiment de les tasques i garantir el compliment dels diferents punts del contracte.

DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES

Les empreses licitadores hauran de presentar en el sobre B de la licitació del present Lot una memòria tècnica amb el següent format:

- 1) PDF
- 2) Tipus de lletra Arial 11 o similar
- 3) Interlineat: simple
- 4) Marges: normals, Superior 2,5cm; inferior 2,5cm; esquerra 3cm; dreta 3cm

La memòria tècnica haurà de tenir un màxim de 50 pàgines. Si alguna oferta presenta una memòria amb més pàgines, la valoració es portarà a terme únicament sobre la informació continguda en les 50 primeres pàgines. Les pàgines corresponents a portada, contraportada i índex no computaran als efectes de les 50 pàgines.

Les característiques de tipus de lletra, dimensions, interlineat i marges representen la referència per a calcular el nombre de pàgines, fins a 50, avaluables.

Els diferents elements de valoració del lot que es presenten per part de les empreses licitadores a la memòria tècnica serveixen per a avaluar la capacitat i qualitat dels treballs de les licitadores. S'avaluarà cada element que presenti la totalitat de les tasques requerides. En cas que algun element estigui incomplet, es valorarà amb 0 punts aquell element.

Els elements (1.1, 1.3 i 1.4) es realitzaran d'acord a les instruccions del briefing comprès a l'Annex 6 PPT de la present licitació i el 1.2 d'acord a les instruccions compreses en l'Annex 5 PPT.

La memòria tècnica haurà d'incloure els següents elements:

- 1) **Perfil de l'equip de treball** destinat a desenvolupar els serveis objecte d'aquest Lot, amb detall de l'experiència i trajectòria professional, d'acord amb el contingut a l'apartat Equip de Treball del present Lot.
- 2) **Metodologia de treball.** Les licitadores hauran de lliurar la proposta de treball, amb les corresponents fases i calendari, i el procediment de comunicació, dins del document de Memòria. S'accepten documents incrustats en el mateix document de Memòria.
- 3) **Mostra dels següents elements:**
 - a. Proposta gràfica d'identitat Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS)
 - b. Proposta d'interpretació gràfica i infogràfica de les dades compreses a l'Annex 5 PPT
 - c. Proposta de disseny web Catalonia, Where Food is Culture en el context de la candidatura Catalunya Regió Mundial de Gastronomia 2025.

d. Imatge gràfica per a la campanya Gastroteca al món

El punt 3) s'ha d'entendre com a exercicis a presentar per part de les empreses licitadores, que seran objecte de valoració per part de Prodeca per a determinar la millor oferta, d'acord amb els criteris de valoració contemplats als plecs de condicions administratives particulars. En cap cas s'han d'entendre com a idees ex novo per a portar a terme el servei ni com a desenvolupament d'idees per a un projecte.

Descripció dels elements a incorporar en el sobre B

Proposta gràfica identitat Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS)

Concepte i objecte gràfic de la imatge corporativa de l'Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS).

- La proposta a desenvolupar ha de respondre a la necessitat de dotar d'imatge a l'organisme i a les seves comunicacions.
- La proposta ha de poder comunicar i divulgar continguts de referència sobre alimentació sostenible.
- Visualitzar que l'organisme està conformat per 4 agents impulsors
- Ha de contribuir a posicionar l'organisme com a referent en informació i actuacions sobre alimentació sostenible.
- Ha de poder conviure amb les imatges gràfiques dels socis del projecte.
- Ha de donar visibilitat a l'àmbit de l'alimentació sostenible i competitivitat local de tots els socis participants en l'organisme.
- Crear una línia gràfica fàcilment identificable i que no s'associï a altres organismes similars.
- Ha de ser vàlida per a tots els públics de l'organisme.
- La imatge de marca es reflectirà en (logotip, claim, tipografia, colors corporatius, manual d'usos, exemples de la seva aplicació tant en format digital com offline).
- Els públics a què va adreçada la imatge són: institucions, agents de canvi del sistema alimentari (associacions, ONG, indústria agroalimentària, centres educatius, sector primari, etc.), ciutadania

Proposta d'interpretació gràfica i infogràfica de les dades compreses a l'Annex 5 PPT

Interpretació gràfica i infogràfica de les dades compreses a l'Annex 5 PPT Dades element criteri de valoració Lot 1 Disseny gràfic.

La proposta ha de presentar un conjunt d'infografies que permetin traslladar les dades a un llenguatge entenedor per als públics no especialitzats. La proposta haurà de seguir la línia gràfica que determina el manual de marca de Prodeca (Annex 2 PPT).

Objectius de les infografies:

- Posicionament de Prodeca com a referent en informació sobre comerç internacional: contribuir a projectar la imatge de Prodeca com a organisme de referència pel que fa a l'acompanyament de les empreses del sector de l'alimentació en comerç internacional.
- Donar visibilitat al know how de Prodeca pel que fa a la comercialització de productes agroalimentaris als mercats internacionals.
- Promocionar el coneixement sobre dades del sector agroalimentari de manera professionalitzada.
- Facilitar la comprensió de les dades, els sector i els factors de canvi i principal interès de les dades.

Públic objectiu: empreses catalanes, públic final, mitjans de comunicació.

Proposta de disseny web per a la promoció del sector agroalimentari i gastronòmic: Catalunya, Regió Mundial de Gastronomia 2025

Aquest element té per objecte avaluar la capacitat del licitador per a desenvolupar el disseny web de la distinció internacional Catalunya, Regió Mundial de Gastronomia 2025 amb la marca Catalonia, where food is culture.

Es requereix una proposta que apliqui la marca corporativa (veure Annex 7 PPT) a un web que transmeti la idoneïtat de Catalunya per a ostentar durant un any aquesta distinció atorgada per [IGCAT](#).

Seccions del web

1. La distinció
2. La nostra cuina
3. Destinació gastronòmica
4. Ambaixadors
 - Productors
 - Cuiners
 - Restaurants
 - o Restaurants al món
 - Botigues
 - o Botigues al món
5. Agenda
6. Notícies
7. Contacte

El licitador pot afegir altres seccions i elements (idiomes, xarxes socials, compte enrere, footer, etc) que ajudin a visualitzar el desenvolupament del disseny web de la marca Catalunya, on el menjar és cultura.

Logos a incorporar: Generalitat de Catalunya, Fundació Alícia, Bulli Foundation i Acadèmia Catalana de Gastronomia.

Entregables que es valoraran

1. Disseny de la home del web
2. Disseny de la pàgina Agenda

Exemples web d'altres regions amb la distinció Regió Europea (ara mundial) de la Gastronomia

<https://menorca-regiongastronomica.com/>

<https://www.tastesaimaa.fi/en>

<https://tastecoimbraregion.pt/en>

Imatge gràfica per a la campanya Gastroteca al món

La proposta ha de presentar l'aplicació de la imatge gràfica per a la campanya de dinamització de la Gastroteca al món. Aquesta campanya consisteix en la divulgació d'aquest apartat del web Gastroteca.cat com a eina de promoció de l'oferta alimentària i gastronòmica als diferents mercats on Catalunya exporta.

La campanya ha de ser una derivada de la imatge gràfica de la marca Gastroteca (Annex 11 PPT).

Objectius de la campanya

- Posicionar la Gastroteca com a cercador de referència del producte i gastronomia catalanes al món.
- Projectar la reputació de la Gastroteca com una eina completa i transversal per a l'ús des de les Delegacions del Govern de la Generalitat de Catalunya a l'exterior.
- Donar visibilitat al catàleg de botigues i restaurants incentivant-ne la seva consulta per part dels diferents públics objectiu (ciutadans interessats en els productes catalans a mercats europeus i tercers, agents de dinamització comercials que treballen per a la promoció agroalimentària catalana a l'exterior)

La licitadora aportarà diverses peces de comunicació: unes que informin sobre Gastroteca al món als agents de dinamització comercials que treballen per a la promoció agroalimentària catalana a l'exterior; unes altres que promocionin els beneficis de la secció web entre les empreses catalanes perquè s'hi inscrivin: trobar botigues i restaurants en els quals es poden degustar i comprar productes catalans.

Públics

- Ciutadania interessada en els productes catalans a mercats europeus i tercers
- Agents de dinamització comercial que treballen per a la promoció agroalimentària catalana a l'exterior.
- Empreses catalanes per aconseguir més inscripcions.

Imatge

La imatge corporativa de la proposta ha d'incloure el logotip de la Gastroteca i ha d'estar

alineada amb la imatge gràfica corporativa i amb el to de comunicació de la marca. Ha de quedar palès que la Gastroteca és qui promou les activitats. Les imatges han d'incloure el logotip de DACC-Prodeca i el de Catalunya, on el menjar és cultura.

5. LOT 2: SERVEIS DE CONSULTORIA DIGITAL, CREACIÓ DE CONTINGUT I DINAMITZACIÓ DE XARXES SOCIALS

L'objecte del present lot és l'establiment de les condicions i el procediment per a la contractació dels serveis de consultoria digital, assessorament i dinamització de les xarxes socials dels projectes Benvinguts a Pagès, Gastroteca, Prodeca Corporatiu i Oficina Compartida de l'Alimentació Sostenible (OCAS). Aquest lot inclou la revisió de l'estratègia digital i de xarxes socials i la seva implementació tot seguint l'estil gràfic i de contingut existent a tots els canals oberts i en funcionament.

Benvinguts a Pagès

Objectius generals de l'estratègia digital

- Posar en valor, per als diferents públics objectius, la importància de conèixer l'origen dels aliments i la feina de qui els elabora.
- Promocionar els diferents agents participants: productors, agents del territori, restauradors, empreses d'activitats culturals i complementàries associades a la iniciativa i establiments hotelers.
- Promocionar hàbits de consum sostenibles, sans i saludables.
- Contribuir a la divulgació i al consum dels continguts digitals del projecte.
- Vetllar per oferir una imatge cohesionada i consistent entre totes les xarxes socials destinades a públic final de Prodeca / Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya.
- Proporcionar materials didàctics que puguin donar a conèixer el projecte a segments familiars.
- Visibilitzar iniciatives amb els mateixos valors que el projecte i que aportin continguts interessants per la comunitat quant a alimentació sostenible, sana i saludable, respectuosa amb el desenvolupament territorial i els circuits curts de comercialització.

Objectius específics

- Promoció del coneixement de Benvinguts a Pagès Tot l'Any i Benvinguts a Pagès La Festa per tal de captar visitants per als dos projectes.
- Captar visitants de Benvinguts a Pagès Tot l'Any i *Benvinguts a Pagès La Festa*.
- Generar visites a les webs i perfils socials dels productors, restaurants, etc.
- Captar més productors | restaurants | allotjaments | activitats participants.

- Convertir el perfil de xarxes socials de Benvinguts a Pagès en el lloc de referència per informar-se sobre la pagesia catalana.

Objectius marc específics i mesurables

Els serveis avaluats prendran com a referència la mitjana de les dades obtingudes el 2021 per a les xarxes socials de Benvinguts a Pagès.

- Augment de tràfic al web del projecte: 25%
- Augment mig de seguidors a les xarxes socials del projecte: 20%
- Augment d'interacció: mínim de 10.000 mensuals
- Augment d'impressions: 20%

Definició de les tasques

a) Estratègia

- Conceptualització, desenvolupament, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital per complir els objectius detallats.
- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes, sortejos i aliances entre els diferents agents del projecte així com entre els organismes col·laboradors.
- Captació de nous públics d'interès a partir d'iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Suport a l'equip de comunicació en dubtes sobre continguts, estratègia promocional, plataformes o canals de promoció, usabilitat i analítica web, perfils d'influenciadors i ambaixadors.
- Consultoria sobre estratègia digital per al BaP i el BaPTA: missatges força, segmentació d'audiències, campanyes, promocions, preus, resultats, etc.
- Reunions mensuals de seguiment estratègic.

b) Continguts

- L'elaboració de la planificació mensual anticipada de continguts de les diferents xarxes socials (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn)
- Identificació i desenvolupament de la línia estratègia de continguts de social media adaptada a cada plataforma en funció de les següents topologies existents:
 - o Marca
 - o Agents
 - o Producte
 - o Rutes
 - o Sabies què / cultura de la pagesia
 - o Fires i mercats d'interès
- Adaptació de la identitat gràfica del projecte al manual d'identitat corporativa (Annex 13)

i al llenguatge de xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos, reels o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca del projecte i les seves diferents variants en funció de la quantitat de publicacions demanada.

- Proposta de gràfiques sobre temàtiques com alimentació, territori, vida rural i gastronomia per reforçar la narrativa del projecte. 30 gràfiques per generar continguts narratius en format gràfic. Poden ser il·lustracions individuals o muntatges gràfics a partir de la integració de peces individuals.
- Elaboració i publicació dels continguts textuais (copies) alineant el to i l'estil als missatges de marca (Annex 10 PPT) i a l'estratègia de comunicació digital.
- Dinamització de la comunitat, anàlisi i monitoratge de resultats
- El nombre mínim de publicacions requerit és:
 - o Facebook: 3 publicacions/setmana + stories compartides d'Instagram
 - o Instagram: 3 publicacions + 2-3 stories/setmana
 - o Twitter: 7 tuits/setmana + RT
 - o YouTube: dinamització + noves propostes
 - o Linked-in: 1 post a la setmana
- Totes les feines relacionades anteriorment hauran de respondre a valors de qualitat, originalitat i retorn de les publicacions, així com la correcta expressió dels valors del projecte.
- La quantitat de contingut a produir i publicar durant el darrer mes de la celebració de Benvinguts a Pagès La Festa augmentarà substancialment, podent arribar a quadruplicar les publicacions els caps de setmana dels esdeveniments. L'adjudicatària haurà d'adaptar el ritme i quantitat de publicacions a les exigències del projecte sense cost addicional.
- Recerca d'informació i contacte amb agents afins, si s'escau, per a elaborar el pla de continguts.
- Elaboració de presentacions per a accions especials de comunicació en cas que es requereixin.
- Redacció, maquetació i enviament de 12 butlletins a l'any de dinamització temàtica i comercial.
- Redacció de textos per a emails automatitzats.
- Emplenament de fitxes dels agents participants tenint en compte les metadescripcions i l'escriptura SEO per optimitzar el posicionament de la web.
- Cobertures en directe.

- Elaboració de contingut digital per a pla de mitjans.

c) Promoció

- Promoció digital per aconseguir els KPI's esmentats per a l'edició de Benvinguts a Pagès (per La Festa i per Tot l'Any). Els impactes es dirigiran als públics objectius a determinar amb Prodeca. La programació i totes les tasques de gestió, implementació i monitoratge que derivades de la promoció publicitària del projecte estan incloses en l'oferta de les licitadores.
- La programació, tasques de gestió, implementació i monitoratge derivades de la promoció publicitària del projecte a altres plataformes o mitjans digitals estaran incloses en l'oferta de les licitadores.
- Gestió i enviament de peces digitals a l'agència adjudicatària del pla de mitjans.
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Elaboració de bases legals per a concursos i activitats promocionals derivades de la dinamització de les xarxes socials del projecte.
- Elaboració de protocols d'actuació i interlocució amb influenciadors per a maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes de contractació dels quals queden excloses d'aquesta licitació.
- Facilitar els continguts de Benvinguts a Pagès a altres organismes de la Generalitat de Catalunya relacionats amb el turisme, la gastronomia, l'agricultura, la ramaderia, la pesca i l'alimentació.

c) Atenció a la comunitat

- Atenció personalitzada, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès sobre alimentació, territori, turisme i gastronomia.
- Respostes a les preguntes dels usuaris.
- Atenció 24h durant l'esdeveniment BaP-La Festa (2 dies).
- Impartir un webinar per mostrar les funcionalitats de l'eina de reserves als agents.

d) Seguiment i reporting

- Contractació, al seu cost, de les eines de monitorització i seguiment analític.
- Elaboració d'informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials, Social Adsi analítica web del projecte.
- Elaboració d'informe trimestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat.

- Elaboració d'informes o actes de reunió.

Gastroteca

Objectius generals

- Donar a conèixer a diferents públics la riquesa i el patrimoni agroalimentari de Catalunya.
- Donar a conèixer als diferents públics la importància de consumir aliments de proximitat per a contribuir a la sostenibilitat i al desenvolupament local del territori i els seus productors.
- Donar visibilitat als diferents agents implicats: productors, elaboradors, restauradors, comerços.
- Potenciar la venda directa i els circuits curts de comercialització.
- Augmentar el coneixement de la temporalitat i la territorialitat dels nostres aliments per a promoure hàbits de consum sostenibles, sans i saludables.
- Contribuir a la divulgació del patrimoni gastronòmic i generar sentiment de pertinença.
- Vetllar per oferir una imatge cohesionada i consistent entre totes les xarxes socials destinades a públic final de Prodeca-Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya.
- Generar sinergies amb altres iniciatives que comparteixin els mateixos valors que la Gastroteca i que aportin continguts interessants per a la comunitat.

Objectius marc específics i mesurables

Els serveis avaluats prendran com a referència la mitjana de les dades obtingudes el 2021/22 per les xarxes socials de Gastroteca:

- Donar a conèixer la Gastroteca:
 - o Augment mitjà de seguidors a les xarxes socials del projecte: 15%
 - o Augmentar les inscripcions dels actors un 50% més que el 2021/22.
- Aportar tràfic a la web:
 - o Aconseguir un mínim de 4.000 visites mensuals. 5.000 sessions, 13.000 pàgines vistes.

Es recomana consultar l'Annex 12 PPT Presentació Gastroteca i l'Annex 17 PPT Briefing de marca Gastroteca.

Definició de les tasques de consultoria digital i xarxes socials

a) Estratègia

- Conceptualització, desenvolupament, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital de Gastroteca.

- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes, sortejos i aliances entre els diferents agents del projecte així com entre els organismes col·laboradors.
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Suport a l'equip de comunicació en dubtes sobre continguts, estratègia promocional, plataformes o canals de promoció, usabilitat i analítica web, perfils d'influenciadors i ambaixadors.
- Consultoria sobre estratègia digital: missatges força, segmentació d'audiències, campanyes, promocions, resultats, etc
- Reunions mensuals de seguiment estratègic.

b) Continguts

- L'elaboració de la planificació mensual anticipada de continguts de les diferents xarxes socials de la Gastroteca (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Linked-in).
- Tot el servei haurà de respondre a valors de qualitat, originalitat i retorn, així com la correcta expressió dels valors del projecte.
- Identificació i desenvolupament de la línia estratègia de continguts de social media adaptada a cada plataforma en funció de les següents tipologies existents:
 - o Marca Gastroteca
 - o Producte local i de proximitat
 - o On comprar: productors, elaboradors, comerços
 - o On tastar: restaurants, allotjaments amb restauració i càterings
 - o Al món: botigues i restaurants amb producte català a l'estranger
 - o Ecoteca: operadors de producte ecològic
 - o Receptes: de cuina catalana
 - o Agenda: esdeveniments (fires, tastos, mostres, xerrades) relacionats amb la promoció i la comercialització del producte català
 - o Rutes: de promoció gastronòmic-turística basades en el producte
 - o Notícies: del sector agroalimentari basades en el producte i les empreses productores, elaboradores i comercialitzadores
 - o Bloc: dinamització del post setmanal publicat al bloc de la Gastroteca
 - o Tastos territorials
- Adaptació de la identitat gràfica del projecte al manual d'identitat corporativa (Annex 11 PPT) i al llenguatge de xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca del

projecte i les seves diferents variants en funció de la quantitat de publicacions demanada.

- Elaboració i publicació dels continguts textuais (copies) alineant el to i l'estil als missatges de marca Gastroteca i a l'estratègia de comunicació digital.
- El nombre mínim de publicacions requerit és:
 - o Facebook: 3 publicacions/setmana + stories compartides d'Instagram
 - o Instagram: 3 publicacions + 2 stories/setmana
 - o Twitter: 7 tuits/setmana + RT
 - o YouTube: dinamització de receptes actuals + noves propostes
 - o Linked-in: 1 post a la setmana
- Recerca d'informació i el contacte amb agents afins, si s'escau, per a elaborar el pla de continguts.
- Elaboració de presentacions per a accions especials de comunicació en cas que es requereixin.
- Coordinació d'un periodista o influenciador que s'encarregui de la redacció i dinamització de 52 unitats d'articles al bloc que es publica setmanalment.
- Coordinació d'un periodista o influenciador que s'encarregui de la redacció, maquetació i enviament de 12 *newsletters* mensuals de dinamització temàtica i comercial als agents inscrits al projecte.
- Redacció de textos per emails automatitzats.
- Actualització setmanal de l'apartat Agenda.
- Introducció de continguts a d'altres apartats com Rutes o Al Món, entre d'altres, a petició de Prodeca.
- Emplenament i actualització de fitxes d'agents participants tenint en compte les metadescripcions i l'escriptura SEO per optimitzar el posicionament de la web.
- Cobertures en directe.

c) Promoció

- Promoció digital per aconseguir els KPI's. Els impactes es dirigiran als públics objectius a determinar amb Prodeca. La programació i totes les tasques de gestió, implementació i monitoratge derivades de la promoció publicitària del projecte estaran incloses en l'oferta de les licitadores.
- Gestió i enviament de peces digitals a l'agència adjudicatària del pla de mitjans si n'hi hagués.
- Conceptualització i implementació de la campanya anual de xarxes socials per Nadal amb pressupost específic per a la seva dinamització.
- Elaboració de bases legals per a concursos i activitats promocionals derivades de la

dinamització de les xarxes socials del projecte.

- Elaboració de protocols d'acció i interlocució amb influenciadors per maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes de contractació dels quals queden excloses d'aquesta licitació.

d) Atenció a la comunitat

- Atenció personalitzada, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès sobre alimentació, territori, turisme i gastronomia.
- Respostes a les preguntes dels usuaris.

e) Seguiment i reporting

- Contractació, al seu cost, de les eines de monitorització i seguiment analític.
- Elaboració d'informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials, Social Ads i analítica web del projecte.
- Elaboració d'informe semestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat.
- Elaboració d'informes o actes de reunió.

Prodeca corporatiu

Objectius generals de l'estratègia digital

- Convertir les xarxes socials de Prodeca en referència sobre informacions empresarials del sector agroalimentari català en l'àmbit de la comercialització i la internacionalització.
- Augmentar la comunitat de professionals del sector empresarial agroalimentari
- Promocionar eines, serveis, actuacions i recursos
- Aconseguir clients per als serveis i actuacions comercials
- Consolidar el coneixement de la companyia entre el sector empresarial
- Divulgar dades sectorials, informes i publicacions
- Divulgar informació d'interès comercial sobre internacionalització i comerç
- Establir aliances entre els agents dinamitzadors del sector agroalimentari
- Consolidar la comunitat i fidelitzar-la
- Generar nous públics empresarials agroalimentaris
- Contribuir a la divulgació i a la participació als projectes de Prodeca amb xarxes socials pròpies

Objectius marc específics i mesurables

Els serveis avaluats prendran com a referència la mitjana de les dades obtingudes el 2022

- Augment de tràfic al web del projecte: 25%
- Augment mitjà de seguidors a les xarxes socials del projecte: 25%

Definició de les tasques

a) Estratègia

- Conceptualització, desenvolupament, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital.
- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes i aliances entre els diferents agents del projecte, així com entre els organismes col·laboradors.
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Suport a l'equip de comunicació en dubtes sobre continguts, estratègia promocional, plataformes o canals de promoció, usabilitat i analítica web, perfils d'influenciadors i ambaixadors.
- Reunions mensuals de seguiment estratègic.

b) Continguts

- L'elaboració de la planificació mensual de continguts de les diferents xarxes socials (Twitter, YouTube, Linked-in) que es presentarà amb antelació per la seva aprovació. Totes les feines hauran de respondre a valors de qualitat, originalitat i retorn de les publicacions, així com la correcta expressió dels valors del projecte.
- Identificació i desenvolupament de la línia estratègia de continguts de social media adaptada a cada plataforma en funció de les següents tipologies existents:
 - o Corporativa
 - o Dades / Informes / Publicacions
 - o Formació
 - o Serveis de coneixement
 - o Internacionalització
 - o Sabies què / cultura internacionalització - comercialització
 - o Actualitat
 - o Promoció Local
- Adaptació de la identitat gràfica del projecte al manual d'identitat corporativa (Annex 2 PPT) i al llenguatge de xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca del projecte i les seves diferents variants en funció de la quantitat de publicacions demanada.

- Elaboració i publicació dels continguts textuais (copies) alineant el to i l'estil als missatges de marca i a l'estratègia de comunicació digital.
- El nombre mínim de publicacions requerit és:
 - o Twitter: 15 tuits/setmana
 - o YouTube: dinamització + noves propostes
 - o Linked-in: 2 post a la setmana
- La quantitat de contingut a produir i publicar augmentarà en esdeveniments especials on es requerirà cobertura en directe.
- Recerca d'informació i contacte amb agents afins, si s'escau, per a elaborar el pla de continguts.
- Elaboració de presentacions per a accions especials de comunicació en cas que es requereixin.
- Redacció en català de 12 notícies sobre l'actualitat del comerç internacional agroalimentari pel web de Prodeca a partir de materials proporcionats per Prodeca (notes de premsa, informes, articles) i traducció a l'anglès i al castellà.

c) Promoció

- Promoció digital per aconseguir els KPI's. Els impactes es dirigiran als públics objectius a determinar amb Prodeca. La programació i totes les tasques de gestió, implementació i monitoratge derivades de la promoció publicitària del projecte estaran incloses en l'oferta de les licitadores
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Elaboració de bases legals per a concursos i activitats promocionals derivades de la dinamització de les xarxes socials del projecte.
- Elaboració de protocols d'acció i interlocució amb influenciadors per maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes de contractació dels quals queden excloses d'aquesta licitació.
- Facilitar els continguts a altres organismes.

d) Atenció a la comunitat

- Atenció personalitzada, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès sobre alimentació, territori, turisme i gastronomia.
- Respostes a les preguntes dels usuaris.
- Cobertura de 6 esdeveniments en directe a Barcelona
- Cobertura de 2 esdeveniments en directe a Catalunya

e) Seguiment i reporting

- Eines de monitorització i seguiment analític.
- Elaboració d'informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials
- Elaboració d'informe trimestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat
- Elaboració d'informes o actes de reunió.

Oficina Compartida Alimentació Sostenible (OCAS)

Objectius generals de l'estratègia digital

- Convertir les xarxes socials de l'OCAS en la referència sobre alimentació sostenible per a contribuir a la transformació del sistema alimentari
- Promocionar eines, serveis, actuacions i recursos
- Aconseguir persones usuàries per als serveis i actuacions comercials
- Consolidar el rol i el reconeixement com a aliada per part de la resta d'agents del sector
- Establir aliances entre els agents dinamitzadors del sector agroalimentari
- Divulgar dades sectorials, informes i publicacions
- Consolidar la comunitat i fidelitzar-la
- Centrar la comunicació als públics diana: institucions, agents de canvi del sistema alimentari (associacions, ONG, indústria agroalimentària, centres educatius, sector primari, etc.) i ciutadania.

Objectius marc específics i mesurables

- Direcció de tràfic al web del projecte: 25%
- Consolidació mitjana de seguidors a les xarxes socials del projecte: 500-1.000 anuals
- Interacció de continguts: 2-3% de mitjana anual

Definició de les tasques

f) Estratègia

- Conceptualització de l'obertura dels nous canals: argumentació, benchmark per a justificar l'obertura, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital.
- Definició de KPI's anual.
- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes i aliances entre els diferents agents del projecte així com entre els organismes col·laboradors.

- Captació de públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes si apliquen.
- Suport a l'equip de comunicació en dubtes sobre continguts, estratègia promocional, plataformes o canals de promoció, usabilitat i analítica web, perfils d'influenciadors i ambaixadors.
- Reunions mensuals de seguiment estratègic.

g) Continguts

- L'elaboració de la planificació mensual de continguts de les diferents xarxes socials que es presentarà amb antelació per la seva aprovació. Totes les feines hauran de respondre a valors de qualitat, originalitat i retorn de les publicacions, així com la correcta expressió dels valors del projecte.
- Identificació i desenvolupament de la línia estratègia de continguts de social media adaptada a cada plataforma i creació de tipologies de continguts.
- Generació de continguts gràfics i audiovisuals alineats amb la identitat gràfica (en construcció) i el llenguatge de xarxes socials.
- Creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca del projecte.
- Elaboració i publicació dels continguts textuais (copies) alineant el to i l'estil als missatges de marca i a l'estratègia de comunicació digital.
- Definició del nombre mínim de publicacions setmanal per xarxa, podent augmentar aquesta quantitat en esdeveniments especials on es requerirà cobertura en directe.
- Recerca d'informació i contacte amb agents afins, si s'escau, per a elaborar el pla de continguts.
- Elaboració de presentacions per a accions especials de comunicació en cas que es requereixin.
- Redacció de notícies pel web tenint en compte el SEO.
- Redacció d'altres materials si s'escau (notes de premsa, informes, articles, etc.).
- Redacció de butlletins.
- Traducció a l'anglès i al castellà si són requerides.

h) Promoció

- Promoció digital per aconseguir els KPI's. Els impactes es dirigiran als públics objectius a determinar amb Prodeca. La programació i totes les tasques de gestió, implementació i monitoratge derivades de la promoció publicitària del projecte estaran incloses en l'oferta de les licitadores
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o

aliances amb altres projectes d'interès.

- Elaboració de bases legals per a concursos i activitats promocionals derivades de la dinamització de les xarxes socials del projecte.
- Elaboració de protocols d'acció i interlocució amb influenciadors per a maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes de contractació dels quals queden excloses d'aquesta licitació.
- Facilitar els continguts a altres organismes.

i) Atenció a la comunitat

- Atenció personalitzada, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès sobre alimentació, territori, turisme i gastronomia.
- Respostes a les preguntes dels usuaris.
- Cobertura de jornades tècniques.

j) Seguiment i reporting

- Contractació i seguiment d'eines de monitorització i seguiment analític.
- Elaboració d'informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials
- Elaboració d'informe trimestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat
- Elaboració d'informes o actes de reunió.

Condicions de servei

Es requerirà a l'empresa adjudicatària que elabori un pla de continguts mensual per a totes les plataformes i el comparteixi amb Prodeca per a fer-ne la validació corresponent. Aquest calendari, que haurà de ser clar i entenedor i contindrà els textos, les fotos i les etiquetes per a cada publicació, haurà de presentar-se amb un mes d'antelació al termini de publicació. El calendari mostrarà les publicacions ja realitzades i les pendents i també identificarà la planificació de les promocions executades i pendents.

Prodeca es compromet a revisar la feina per a donar l'aprovació amb un mínim d'una setmana d'antelació a les dates previstes de publicació.

Un cop validades les publicacions, l'empresa adjudicatària es farà responsable de publicar-les en el temps i forma acordats podent utilitzar eines de programació pròpies o alienes.

Prodeca es reserva el dret a suggerir o demanar idees per a campanyes i promocions específiques en funció de les necessitats de comunicació sorgides.

Els lliuraments es realitzaran a través de correu electrònic, mitjançant carpetes compartides online, arxius adjunts o de transferències d'arxius que no caduquin. El correu electrònic de

Lliurament s'indicarà en el moment de realitzar la comanda.

Els terminis d'entrega poden ser objecte de modificació en casos puntuals i justificats, previ acord entre les dues parts. En cas que determinats productes puguin tenir variables d'excepcionalitat (urgència, productes especials, etc.) s'acordarà el calendari de lliurament amb l'empresa adjudicatària atenent a les circumstàncies concretes de cada cas.

L'adjudicatari ha de garantir la correcció ortotipogràfica i gramatical de tots els treballs realitzats en qualsevol dels idiomes en què es presentin.

Les actuacions i tasques previstes es fonamenten en una planificació que es pot veure afectada tant per causes externes com internes. Per tant, podran ser modificades per acord de les parts sense que aquesta modificació suposi en cap cas modificació contractual ni increment del preu del contracte. Si alguna actuació no s'arribés a executar i no fos substituïda per una altra, el preu no serà abonat a l'empresa adjudicatària.

Equip de treball

Per a l'execució del servei, s'han previst tasques que corresponen als perfils professionals següents:

- 1) 1 director/a de projectes digital, les funcions del qual seran participar en la definició de l'estratègia digital i de Social Media, així com en la conceptualització dels continguts i l'analítica web i de xarxes socials. Aquest perfil serà l'encarregat/da de dirigir l'equip de treball, planificar i assignar les tasques així com de vetllar per la seva correcta execució en temps i forma. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant Prodeca.
- 2) 1 *community manager* que serà interlocutor amb Prodeca i que, en cas de ser necessari, haurà de coordinar-se amb Prodeca i amb els diferents participants del procés de comunicació per a l'execució de determinades campanyes. La seva funció serà la redacció de continguts i la seva publicació a les diferents plataformes socials així com el seguiment de les mètriques i la realització dels informes de resultats.
- 3) 1 creador de contingut les funcions del qual seran l'elaboració de contingut per xarxes socials tant textuals com d'il·lustració o vídeo.
- 4) 1 professional influenciador amb perfil periodístic que serà l'encarregat/da de redactar i maquetar els continguts (butlletins i publicacions al bloc) a cadascuna de les plataformes, ja sigui a *WordPress*, *Drupal* o a *Mailchimp*. Es requereix que aquest perfil professional disposi d'una experiència acreditable en l'àmbit de l'alimentació o la gastronomia.

L'oferta de la licitadora haurà d'incorporar almenys 3 persones que responguin als perfils requerits, amb experiència d'almenys 5 anys en àmbits de la naturalesa igual o similar a la requerida.

En cas necessari, l'adjudicatària instrumentarà les substitucions oportunes en l'equip de treball per a respectar les disposicions relatives a permisos, llicències, vacances, malaltia o qualsevol

altra que pugui correspondre en dret als treballadors sense que suposi un perjudici per a la prestació del servei.

També en cas que, per qualsevol circumstància, l'adjudicatària hagués de canviar algun dels membres de l'equip de treball, haurà de comunicar-ho prèviament, amb indicació dels motius i identificació de la persona substituïda. Tot el personal substituït haurà de complir amb les exigències requerides en aquest plec.

Aquesta obligació es considera una obligació essencial del contracte.

Durant la vigència del contracte Prodeca podrà demanar comptes, en tot moment, al personal de l'empresa adjudicatària, per fer seguiment de les tasques i garantir el compliment dels diferents punts del contracte.

DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES

Les empreses licitadores hauran de presentar en el sobre B de la licitació del present Lot una memòria tècnica amb el següent format:

- 5) PDF
- 6) Tipus de lletra Arial 11 o similar
- 7) Interlineat: simple
- 8) Marges: normals, Superior 2,5cm; inferior 2,5cm; esquerra 3cm; dreta 3cm

La memòria tècnica haurà de tenir un màxim de 50 pàgines. Si alguna oferta presenta una memòria amb més pàgines, la valoració es portarà a terme únicament sobre la informació continguda en les 50 primeres pàgines. Les pàgines corresponents a portada, contraportada i índex no computaran als efectes de les 50 pàgines.

Les característiques de tipus de lletra, dimensions, interlineat i marges representen la referència per a calcular el nombre de pàgines, fins a 50, avaluable. La licitadora pot presentar altres formats.

Contingut de la Memòria tècnica:

- 1) **Metodologia** de treball. Les licitadores hauran d'incorporar la proposta de treball, amb les fases i calendari, dins del document de Memòria. S'accepten documents incrustats en el mateix document de Memòria.
- 2) **Equip de treball** proposat per al desenvolupament del servei objecte del present Lot, amb detall d'experiència i trajectòria professional, d'acord amb els requeriments contemplats en l'apartat Equip de Treball de les condicions tècniques del present Lot.
- 3) **Estratègia digital i de xarxes socials** de Prodeca. Diagnosi del punt de partida, anàlisi de públics, anàlisi de tres competidors, elements d'oportunitat per a la singularització de Prodeca i per al creixement de la seva comunitat d'empreses d'alimentació catalanes.

- 4) **Estratègia de continguts:** tipologia de continguts orientats a fer créixer la comunitat, a divulgar i a comercialitzar o posar en valor les activitats de Prodeca; proposta de to i estil; proposta de missatges força i submissatges.
- 5) **Exemplificació de la proposta de continguts** textuals, gràfics i audiovisuals d'una setmana, de dilluns a diumenge a Twitter i LinkedIn.
- 6) **Gràfics, gràfics animats, vídeos curts, testimonials i altres** recursos per dotar de dinamisme a les xarxes socials de Prodeca. Es requereixen 5 peces i una breu explicació de la seva possible aplicació temàtica i beneficis per dotar de dinamisme i seccions als continguts de les xarxes socials de Prodeca.
- 7) **Proposta de Newsletter:**
 - a. Benvinguts a Pagès. Guió i estructura de continguts i o seccions per a un newsletter mensual dirigit a antics visitants de la iniciativa. Els objectius de la comunicació són: 1) fidelitzar-los, 2) que coneguin agents i experiències noves adherides al projecte, 3) novetats com reserva online, 4) xarxes socials i visita al web, 5) generar reserves.
 - b. Gastroteca. Guió per un newsletter mensual dirigit als agents participants de la Gastroteca (elaboradors, productors, restaurants, comerços i altres entitats) sobre: 1) aspectes de tendència de l'alimentació sostenible, 2) competitivitat local (fires, formacions, oportunitats de negoci), 3) serveis de Prodeca per a aquests agents, 4) notícies del sector, 5) agenda amb esdeveniments destacats.
- 8) **Proposta de 5 temàtiques d'actualitat** i paràgraf explicatiu de cada una per a l'apartat de 5 notícies del sector agroalimentari del web de Prodeca. El licitador no haurà de generar la notícia sencera, només la idea, títol, aspectes a desenvolupar. Les temàtiques poden tractar de comerç internacional, exportacions, aranzels, innovació i competitivitat, entre altres.

Els punts 3), 4), 5), 6), 7) i 8) s'han d'entendre com a exercicis a presentar per part de les empreses licitadores, que seran objecte de valoració per part de Prodeca per a determinar la millor oferta, d'acord amb els criteris de valoració contemplats als plecs de condicions administratives particulars. En cap cas s'han d'entendre com a idees ex novo ni com a desenvolupament d'idees per a un projecte.

6. LOT 3. SERVEIS WEB DE PRODECA, BENVINGUTS A PAGÈS (BaP) I GASTROTECA

L'objecte de la contractació corresponent a aquest lot són els serveis de manteniment preventiu, correctiu i desenvolupament d'evolutius de les pàgines web de Benvinguts a Pagès, Gastroteca i Prodeca, així com de la prestació del servei de monitorització analítica de les mateixes i de retransmissió d'esdeveniments online a la pàgina web corporativa.

Prodeca gestiona actualment tres webs (www.Prodeca.cat; www.gastroteca.cat; www.benvingutsapages.cat), que si bé comparteixen el mateix objectiu de l'entitat, la promoció del sector agroalimentari català i donar suport a les empreses per a la millora de la seva competitivitat comercial, van dirigides a públics diferents, compten amb objectius específics i disposen dels seus propis perfils a xarxes socials i butlletins electrònics, en funció de la pròpia estratègia dels projectes als quals estan vinculades aquestes webs.

Prodeca.cat

Web dirigida a empreses agroalimentàries catalanes i altres agents del sector (tant locals com internacionals), administracions i mitjans de comunicació catalans. L'objectiu general de la web és centralitzar el coneixement i oportunitats del sector agroalimentari català i agrupar les diverses actuacions que realitza l'entitat, tant a nivell de competitivitat local com de promoció internacional.

Gastroteca.cat

El projecte de la Gastroteca té com objectiu divulgar els productes locals i el patrimoni gastronòmic català, incentivant la venda directa i el circuit curt, ajudant a digitalitzar els agents del sector que intervenen en la cadena. Es canalitza a través del portal www.gastroteca.cat, que com a web té l'objectiu d'augmentar la seva base de dades de productors, elaboradors i restauradors i augmentar les visites per part dels usuaris.

Benvinguts a Pagès

Benvinguts a Pagès és un directori d'agents turístics al voltant de l'agroalimentació. Es compon d'una festa de cap de setmana de portes obertes gratuïtes i d'una oferta sostinguda i continuada de visites a explotacions restaurants, allotjaments i experiències de pagament durant tot l'any. La iniciativa va dirigida a la ciutadania en general, però sobretot públics familiar, sènior, foodie i jove.

El web del projecte té l'objectiu de centralitzar la informació de consulta del projecte per a preparar les visites tant de Benvinguts a Pagès La Festa (el cap de setmana) i com les de Tot l'Any, i ser el canal d'inscripció de productors, restauradors, allotjaments i activitats durant la fase de configuració de l'oferta.

Serveis web

Web corporatiu Prodeca

Prodeca disposa actualment d'un web corporatiu adreçat tant a públic final com a empreses del sector agroalimentari de Catalunya. El web està dissenyat per a transmetre la seva identitat corporativa, els seus serveis, l'actualitat del sector agroalimentari i també el coneixement derivat de l'expertesa i especialització de Prodeca en forma de informes, publicacions i infografies.

El present apartat té per objecte el servei de manteniment, propostes de millora i evolució del

web corporatiu de Prodeca (www.prodeca.cat), programat en Drupal, i altres webs corporatives de Prodeca (www.act.Prodeca.cat; www.online.Prodeca.cat; www.alimentacio.cat; www.businessforum.cat; www.eva.Prodeca.cat; www.fruitbusinessforum.cat; www.meatbusinessforum.cat; www.oliveoilbusinessforum.cat; www.Prodecabrexit.cat; www.pladegastronomica.cat; www.winebusinessforum.cat), la majoria programades en Drupal i altres en Wordpress; resposta a les consultes tècniques o d'utilització realitzades pel personal de Prodeca; i programació, administració i assistència de l'eina d'emissió online de trobades virtuals de Prodeca en el marc de la retransmissió en obert (streaming) d'esdeveniments corporatius.

A continuació es detallen els diferents tipus de manteniment a desenvolupar per al correcte manteniment de la web corporativa de Prodeca (realitzada en Drupal 8) i altres webs corporatives de Prodeca, la majoria programades en Drupal 8 i algunes en Wordpress.

Manteniment preventiu

Gestió de tasques programades relacionades directament amb el funcionament de la web de Prodeca: anàlisis periòdic del nivell d'actualització del core i dels mòduls de Drupal.

Manteniment correctiu

Actuacions per a garantir la continuïtat del servei causant el menor impacte possible als usuaris de la web. S'executaran les operacions necessàries per a mantenir el servei actiu, sempre que l'afectació es trobi dins de l'àmbit de la instal·lació de Drupal.

Manteniment evolutiu

Implementació de millores a la web a partir de criteris estratègics, recomanacions funcionals, de disseny i de programació i propostes que millorin l'experiència de navegació de l'usuari, a partir de les necessitats plantejades per l'equip de Prodeca.

Així, també serà objecte del contracte el desenvolupament específics dels següents evolutius al web de Prodeca:

- Auditoria tècnica de la web de Prodeca: detecció d'errors i recomanacions
- Auditoria dels serveis contractats de hosting, servidors i repositori de codi: detecció d'errors i recomanacions
- Modificacions a l'apartat Agenda
- Clonat de les fitxes de fires actuacions i seminaris ja existents
- Creació de noves fitxes predeterminades d'esdeveniments i el seu allotjament a serveis
- Creació de noves landings dins de la web de Prodeca
- Modificació general de programació com el menú desplegable actual fins a tres nivells
- Revisió i millora redimensionament imatges
- Millora del sistema d'etiquetes dels continguts (Notícies, informes, etc.) i programació

de continguts d'accés restringit.

- Actualització automàtica dels continguts relacionats a la portada i a la landing.
- Transformació d'un repositori de vídeo provisional en una secció amb entitat pròpia
- Creació de nous usuaris i gestió de rols i permisos
- Desenvolupament de la landing "Catalonia Halal".
- Desenvolupament de fitxes de productes i empreses que participin de "Catalonia Halal".
- Càrrega i optimització de contingut a requeriment de Prodeca
- Manteniment i resolució dubtes tècnics de les altres webs corporatives de Prodeca

Web Benvinguts a Pagès

A continuació es detallen els diferents tipus de manteniment a desenvolupar per al correcte manteniment del web corporatiu Benvinguts a Pagès programat en WordPress.

Manteniment preventiu

Gestió de tasques programades relacionades directament amb el funcionament de la web: anàlisis periòdic del nivell d'actualització del core i dels mòduls i widgets de WordPress.

Manteniment correctiu

Actuacions per a garantir la continuïtat del servei causant el menor impacte possible als usuaris de la web. S'executaran les operacions necessàries per mantenir el servei actiu, sempre que l'afectació es trobi dins de l'àmbit de la instal·lació de WordPress i l'entorn d'allotjament del web.

Manteniment evolutiu

Implementació del contingut necessari de l'esdeveniment i de millores a partir de criteris estratègics, recomanacions funcionals, de disseny, programació i usabilitat amb propostes que millorin l'experiència de navegació de l'usuari, a partir de les necessitats plantejades per l'equip de Prodeca.

Com a informació de context, s'aporta el manual de marca BaP (Annex 9 PPT).

Entre les tasques a implementar, es troben les següents:

- Auditoria tècnica i funcional del web de Benvinguts a Pagès: detecció d'errors i recomanacions
- Auditoria dels serveis contractats de hosting, servidors i repositori de codi: detecció d'errors i recomanacions
- Configuració de fitxes d'agents al back-office. Càrrega i optimització de continguts
- Actualització de disseny gràfic i configuració web de les fitxes dels agents i dels blocs pre-establerts o de nova creació de les pàgines del web

- Canvis i publicació de formularis de captació (restaurants, allotjaments, explotacions, activitats complementàries)
- Canvis de blocs de continguts pre-existents o de nova creació a la landing page o a les altres pàgines principals del web
- Creació i gestió de permisos d'agents
- Gestió de codis per mètriques i analítica web
- Tasques de revisió i gestió de continguts
- Resolució d'incidències i dubtes tècnics
- Creació de landings o pàgines noves
- Programació i enviament de correus a massius. Integració amb altres eines
- Creació o modificació de filtres al mapa d'agents
- Exportació de dades
- Treball SEO
- Manteniment i accessibilitat web

Web corporatiu Gastroteca

A continuació es detallen els diferents tipus de serveis necessaris per al correcte manteniment del web corporatiu Gastroteca.cat desenvolupat en HTML5 i CSS3 vàlid per a W3C i compatible amb tots els navegadors habituals: IE10+, Firefox, Chrome, Safari i Opera.

Software

Contractació, instal·lació i actualització de les extensions i plug-ins necessaris per un òptim funcionament de la pàgina i les seves funcionalitats.

Funcionalitats i estructura

- a) Ajustaments de la maquetació i desenvolupament de pàgines i plantilles actuals i noves pàgines. Millora de la interacció entre els apartats amb suggeriments de continguts existents en els resultats de les cerques.
- b) Optimització del buscador global que mostra els resultats per tipologia de continguts.
- c) Millora de la precisió i la usabilitat dels filtres generals i específics.
- d) Revisió de la velocitat de càrrega de la pàgina i revisió de l'extensió Premium WP Rocket.

Disseny

Ajustaments estructurals que millorin la usabilitat i l'accessibilitat: càrrega de tipografies, diversitat d'estils, etc. Per disposar d'informació de context, s'aporta com a Annex 11 PPT el manual de marca Gastroteca.

SEO

Implementació de SEO tècnic on-page, configuració de meta-títols i descripcions automatitzades per a tots els continguts, textos alternatius i títols de les imatges.

Revisió lingüística

Revisió de les noves pàgines en castellà, anglès, francès i alemany. Amb l'objectiu de facilitar la implementació d'aquestes traduccions, s'ha instal·lat un software compatible amb el seu CMS i tecnologia per a convertir la web en una plataforma multilingüe: [Weglot](#). Aquesta eina detecta automàticament el contingut i el tradueix amb l'avantatge que disposa d'un editor contextual per a ajustar les traduccions comprovant directament el disseny i l'estructura web. La primera capa de traducció és automàtica i prové de traductors en línia.

La necessitat de Prodeca es concreta en la coordinació d'un servei de traductors professionals acreditats, a càrrec de l'adjudicatària, que revisin i corregeixin les traduccions automàtiques en castellà, anglès, francès alemany i sobre el CMS (WordPress). A més, es demana a l'empresa adjudicatària que s'encarregui de la contractació de l'eina Weglot durant els mesos que duri el contracte de servei. Prodeca podrà demanar la revisió de traduccions entre les seves altres pàgines web.

La correcció se centrarà en les novetats de les pàgines principals (landings), les metadescripcions i les URL's de:

a) El menú superior del lloc web:

- Productes (i subpàgines, s'especifica més avall)
- On comprar
- On tastar
- Al món (en aquesta secció també caldrà revisar les subpàgines o fitxes dels registres dels apartats On Comprar i On tastar)
- Recptes (100)
- Agenda
- Rutes
- Ecoteca
- Blog
- Cistelles de Nadal
- Mercats

b) Les pàgines del footer (landing) i les seves subpàgines:

- Què és la Gastroteca
- Dona't d'alta
- Àpats Catalunya
- Col·laboradors (només pàgina principal)
- Enllaços
- Terminologia
- Política de privacitat

- Política de cookies
 - Avís legal
 - Accessibilitat web
- c) El contingut, metadescripció i URL de les 300 pàgines de la secció productes.
- d) El contingut, metadescripció i URL dels articles publicats al blog i de tots els articles que es publiquin fins a la finalització del contracte.
- e) El contingut de les fitxes de productors i restaurants dels apartats On Comprar i On Tastar queden i les metadescripcions d'aquestes pàgines.

L'equip de programació es coordinarà amb els traductors per tal de realitzar les exclusions a la indexació automàtica dels idiomes com ara els noms propis, els topònims, etc.

Eines complementàries

Manteniment i gestió de les eines complementàries de Google per la monitorització dels KPI's: GSC, GA, GTM, etc. I manteniment per actualitzar les millores quant a accessibilitat web.

Serveis de màrqueting i analítica digital

Descripció de les tasques a desenvolupar

Les feines que compren la consultoria de màrqueting i analítica digital són:

Auditoria de les webs

Realització d'una auditoria tècnica i analítica de les diferents webs i butlletins electrònics de Prodeca per decidir que serveixi per revisar les dades disponibles i la seva finalitat, analitzar l'estructura de la web i fluxos de navegació i revisar la documentació relativa a la analítica digital (guies d'etiquetatge, models de dades i documentació tècnica d'eines, implementació i processos d'explotació de les dades).

Assessorament estratègic

En col·laboració amb el personal de l'Àrea de Comunicació Corporativa de PRODECA, establiment de les necessitats d'analítica, definició dels objectius estratègics i identificació dels KPIs a monitoritzar.

Subscripció eines web i màrqueting digital

L'adjudicatari s'encarregarà de la contractació i de la implementació de les eines de monitorització de KPIs i de resultats, així com d'eines i plataformes de màrqueting digital durant els mesos que duri el contracte de servei.

Anàlisi de fluxos d'informació

Anàlisi dels fluxos d'informació de les pàgines web per a la seva optimització.

Proposta de millores en processos i implementació tècnica

Realització de propostes d'innovació i propostes tècniques de monitorització per millorar i

rendibilitzar els processos de màrqueting digital. Un cop definida l'estratègia de medició, creació de models de dades per a cadascuna de les webs amb l'objectiu de consolidar una estructura de dades, custom dimensions, custom mètrics i esdeveniments.

Anàlisi de les pàgines web

Realització periòdica d'informes i avaluacions quantificables i demostrables dels resultats assolits.

Seguiment i formació als equips de treballs

Seguiment regular amb l'equip de l'Àrea de Comunicació Corporativa de Prodeca i formació contínua per a l'autonomia en la comprensió, gestió i explotació de les dades, en què es posaran en comú novetats a nivell de programari utilitza.

Addicionalment, es requereix al licitador la contractació de les eines necessàries per a l'anàlisi i elaboració del màrqueting digital de Prodeca.

Retransmissió esdeveniments online

Prodeca organitza periòdicament la realització de diversos esdeveniments oberts a professionals i empreses del sector de l'agroalimentació amb l'objectiu de millorar les seves competències comercials, informar de les característiques de nous mercats internacionals o incentivar la participació a actuacions comercials internacionals (pròpies o de tercers).

Aquests esdeveniments, en els que es fomenta la participació activa dels assistents a través del torn de preguntes o intervencions en directe, són retransmesos en obert des de la web estan allotjats a la web de Prodeca (online.Prodeca.cat) i es retransmeten en format streaming.

A continuació es detallen els diferents tipus d'esdeveniments online que es preveuen realitzar:

Seminaris

Esdeveniment online emès en directe al canal de YouTube de Prodeca i allotjat a la web de Prodeca a través d'una landing específica que inclou informació sobre l'acte, els ponents i instruccions de participació, així com un eina per realitzar consultes tant tècniques com als ponents o moderador/a. El personal de Prodeca i administradors de la web han de tenir accés a la landing per consultar i respondre les preguntes realitzades pels usuaris.

L'enregistrament dels ponents i moderadors es realitzarà a través de les càmeres pròpies del seu ordinador o dispositius mòbils. A la vegada, aquests ponents comparteixen presentacions que visualitzen a la seva pantalla la resta d'assistents. Per la seva banda, la intervenció dels usuaris assistents es limita al torn de preguntes a través de la secció de comentaris de la landing creada per a l'esdeveniment o als comentaris de YouTube, que recull i trasllada el moderador/a als diferents participants al finalitzar el seu torn o el seminari, segons es consideri.

L'emissió de l'esdeveniment haurà de ser en directe i s'haurà de fer mitjançant una eina que permeti personalitzar l'estètica segons el manual d'estil de Prodeca (Annex 2 PPT).

Adicionalment, haurà d'incloure caretes d'entrada i de sortida, mosca o indicatiu amb el logo de Prodeca, etiquetes de noms, edició i emissió de rètols amb preguntes i altres elements que es considerin. Així mateix, aquesta eina ha de permetre la producció amb diversos ponents simultàniament a través de pantalla compartida o completa, segons correspongui, donant permisos d'ús al personal de Prodeca encarregat de gestionar la sessió (normalment el mateix moderador/a). L'eina també ha de permetre la visualització de documents i presentacions que els ponents requereixin, mantenint en miniatura, si fos necessari, la imatge de la seva càmera.

Prodeca preveu la realització de fins a 10 esdeveniments d'aquest tipus durant l'any 2023.

Seminari híbrid

Aquest tipus d'esdeveniment es realitzen a les instal·lacions de Prodeca (o de tercers) amb assistència de públic presencial. Adicionalment, es retransmeten en directe a través de YouTube i s'allotgen a la web de Prodeca a través d'una landing específica que inclou informació sobre l'acte, els ponents i instruccions de participació, així com un eina per realitzar consultes tant tècniques com als ponents o moderador/a. El personal de Prodeca i administradors de la web han de tenir accés a la landing per consultar i respondre les preguntes realitzades pels usuaris. Aquests esdeveniments poden ser de caràcter obert o bé d'accés restringit amb registre previ.

En la majoria d'ocasions, els ponents i moderadors estaran presents en les instal·lacions de Prodeca però es podria donar el cas que haguessin d'intervenir telemàticament.

Així, Prodeca s'encarregarà de l'enregistrament de l'esdeveniment en directe i aquells ponents que haguessin de connectar-se telemàticament ho farien a través de la càmera del seu ordinador o dispositiu mòbil. L'emissió de l'esdeveniment haurà de ser en directe i s'haurà de fer mitjançant una eina que permeti personalitzar l'estètica segons el manual d'estil de Prodeca. S'inclouran caretes d'entrada i de sortida, mosca o indicatiu amb el logo de Prodeca, etiquetes de noms, edició i emissió de rètols amb preguntes i altres elements que es considerin. Així mateix, aquesta eina ha de permetre la producció amb diversos ponents simultàniament a través de pantalla compartida o completa en aquells casos en què intervinguin telemàticament, donant permisos d'ús al personal de Prodeca encarregat de gestionar la sessió (normalment el mateix moderador/a). L'eina també ha de permetre la visualització de documents i presentacions que els ponents requereixin, mantenint en miniatura, si fos necessari, la imatge del ponent.

Per part del públic assistent, aquest intervindria directament mentre que el que participa a través d'internet ho faria a través de la secció de comentaris de la landing o als comentaris de YouTube, que recolliria i traslladaria el moderador/a als diferents participants al finalitzar el seu torn o el seminari, segons es consideri.

Excepcionalment, en aquells formats dirigits a mitjans de comunicació, es requereix que l'emissió a YouTube es complementi amb una sessió a una plataforma de retransmissió grupal (per exemple Zoom) per tal que els periodistes que assisteixin telemàticament puguin intervenir, en el torn de preguntes i previ a l'autorització del moderador, compartint la imatge i l'àudio de la seva càmera.

Prodeca preveu la realització de fins a 2 esdeveniments d'aquest tipus durant l'any 2023.

Així doncs, les tasques associades al bloc de servei de retransmissió online d'esdeveniments corporatius són les següents:

- Desenvolupar i publicar les landing page als servidors de Prodeca.
- Integració a la landing de les diferents plataformes de retransmissió.
- Preparar el directe al canal de YouTube de Prodeca.
- Reunió prèvia amb els ponents i moderadors per donar les instruccions tècniques corresponents per dur a terme la seva intervenció.
- Organitzar el material de disseny necessari pels directes (cartellera, caretes d'entrada, indicatiu Prodeca, rètols, etc.)
- Arrencar i parar l'emissió en directe al canal de YouTube
- Producció de l'emissió i suport tècnic en directe
- Contractació de les eines de retransmissió de streaming i programació necessàries per l'emissió dels esdeveniments.

Condicions del servei

La prestació del servei de suport ha de cobrir tant la part tecnològica, com la part funcional, és a dir, s'haurà de respondre a consultes de tipus operacional, així com a peticions de millores a nivell tecnològic.

Tant per als desenvolupament existents com per als nous evolutius s'haurà de donar suport a l'equip en tasques d'administració de l'eina així com d'administració del hosting quan sigui necessari.

El servei de programació web s'haurà de realitzar mantenint la propietat del codi per part de Prodeca.

Quant a la implementació de les traduccions i la implementació del SEO es demana a l'adjudicatari que estableixi un calendari de treball per tal de revisar les noves entrades amb periodicitat. Cal preveure la possibilitat d'afegir un nou idioma.

L'adjudicatari ha de garantir la correcció ortotipografia i gramatical de tots els treballs realitzats.

Els serveis que es concreten en aquesta licitació tenen efectes de previsió, per la qual cosa Prodeca podrà modificar-los sempre que no representi una alteració del pressupost de l'oferta adjudicatària i d'acord amb l'adjudicatària.

Les peticions es realitzaran segons les necessitats concretes durant la vigència del contracte.

Els comptes ja operatius o els que es vagin creant en el futur seran sempre propietat de Prodeca i la licitadora hi tindrà accés per dur a terme les gestions de campanyes, l'optimització i els informes de resultats. Qualsevol millora que es faci en la gestió dels comptes i de les campanyes i amb la implementació de noves eines s'haurà d'explicar a l'equip de l'Àrea de Comunicació Corporativa de Prodeca i se li mostrarà el seu funcionament.

Les actuacions i tasques previstes es fonamenten en una planificació que es pot veure afectada tant per causes externes com internes. Per tant, podran ser modificades per acord

de les parts sense que aquesta modificació suposi en cap cas modificació contractual ni increment del preu del contracte. Si alguna actuació no s'arribés a executar i no fos substituïda per una altra, el preu no serà abonat a l'empresa adjudicatària.

Equip de treball

Per a l'execució del servei, s'han previst tasques que corresponen als perfils professionals següents:

- 1) Un Executiu/va de comptes amb un mínim de 5 anys d'experiència en les funcions descrites. Aquest perfil haurà de treballar juntament amb l'equip de programació per a desenvolupar les tasques de back-end i de front-end, l'arquitectura i la interacció entre les infraestructures que s'executen al costat del servidor, el servidor web i el sistema de la base de dades.
 - a. Aquest perfil serà l'encarregat/da de dirigir l'equip de treball, planificar i assignar les tasques, establir la metodologia, revisar el compliment de tasques amb el calendari pactat amb Prodeca, aportar informació de facturació, redactar els informes d'assoliment d'entregables mensuals, així com de vetllar per l'execució del contracte de serveis i la seva correcta planificació en temps i forma. Serà la persona de contacte diari amb Prodeca. Si el licitador ho justifica es poden aportar dos executius de comptes per realitzar aquestes funcions.
- 2) Dos desenvolupadors/es web experts en Drupal, les funcions del qual seran: treballar juntament amb l'equip de programació per desenvolupar les tasques de back-end i de front-end, l'arquitectura i la interacció entre les infraestructures que s'executen al costat del servidor, el servidor web i el sistema de la base de dades.
- 3) Tres desenvolupadors web experts en Wordpress.
- 4) Un redactor/a de continguts les funcions del qual seran crear, introduir, editar, corregir i eliminar el contingut necessari al gestor web directament. Aquesta persona haurà de coordinar-se amb el desenvolupador web i account manager qui li assignarà les tasques i definirà la forma i el temps necessari per a la correcta entrega dels continguts.
- 5) Un dissenyador/a web que es centrarà en l'estratègia d'usabilitat i navegació juntament amb el desenvolupador/a web. Entre les seves tasques hi ha la creació de sitemaps i el disseny de l'arquitectura gràfica en algun gestor de projectes perquè Prodeca i els seus col·laboradors puguin visualitzar-la abans d'aprovar el projecte gràfic. El dissenyador/a web estarà a càrrec del desenvolupador web i account manager i haurà de treballar a partir de l'assignació de tasques, en el temps i la forma que determini el desenvolupador/a web.
- 6) Un expert/a en SEO que executarà les tasques de disseny del lloc i optimització de continguts pels cercadors per facilitar una navegació amb una jerarquia clara i accessible; proporcionar multitud de contingut rellevant, descriptiu, clar i exacte; i la utilització de fragments enriquits i d'integració de dades. S'encarregarà de la creació

i el manteniment dels aspectes tècnics dels motors de cerca (facilitar el rastreig per navegadors de text, controlar la indexació, evitar errors de pàgines no trobades o duplicades, millorar la velocitat del temps de càrrega del lloc web en diferents navegadors) i de treballar les directrius de qualitat o anti-spam (valorar accions útils pels usuaris, eliminació de spam o contingut piratejat).

a. Aquest perfil treballarà en:

- i. Un estudi de requeriments i en l'elaboració d'un pla de projecte adequat a l'entorn, al sector, a les paraules clau i al volum de cerques de l'audiència potencial, etc.
- ii. Auditar o informar sobre l'arquitectura de la informació, els continguts existents, els aspectes tècnics i la qualitat del lloc web.
- iii. Fer el seguiment de les accions recomanades i revisar els resultats de les realitzades (per exemple: la programació o configuració del lloc web, elaboració i distribució dels continguts, etc.)
- iv. Control periòdic (per exemple: els enllaços rebuts, el volum de cerques mensuals, les visites des de cerques orgàniques, les posicions, el CTR, el percentatge de rebot, el percentatge de conversió, etc.).

- 7) Un responsable tècnic/a que disposi de la certificació de Google Analytics (GAIQ) i coneixements avançats demostrables en Google Analytics i Google Tag Manager, per dur a terme la implantació de diferents plans de mesurament des de la seva definició, en col·laboració amb l'equip de l'Àrea de Comunicació Corporativa de Prodeca fins a la implementació i validació dels quadres de comandament, així com coneixement d'arquitectura web i experiència d'usuari per poder optimitzar els fluxos d'informació web actuals i plantejar proves per a millorar els processos, SEO i màrqueting digital. S'haurà d'acreditar experiència demostrable en la gestió i execució de gestió de sistemes de monitorització i de seguiment analític, així com un domini tècnic i a nivell d'administració adequat per a l'execució del contracte.

Les licitadores hauran de presentar un equip mínim de 8 persones que responguin en conjunt a tots els perfils requerits, amb l'experiència d'almenys 5 anys en àmbits de la naturalesa igual o similar a la requerida, i amb els coneixements requerits en cada un dels perfils.

En cas necessari, l'adjudicatària instrumentarà les substitucions oportunes en l'equip de treball per a respectar les disposicions relatives a permisos, llicències, vacances, malaltia o qualsevol altra que pugui correspondre en dret als treballadors sense que suposi un perjudici per a la prestació del servei.

També en cas que, per qualsevol circumstància, l'adjudicatària hagués de canviar algun dels membres de l'equip de treball, haurà de comunicar-ho prèviament, amb indicació dels motius i identificació de la persona substituïda. Tot el personal substituït haurà de complir amb les exigències requerides en aquest plec.

Aquesta obligació es considera una obligació essencial del contracte.

Durant la vigència del contracte Prodeca podrà demanar comptes, en tot moment, al personal de l'empresa adjudicatària, per fer seguiment de les tasques i garantir el compliment dels diferents punts del contracte.

DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR EN EL SOBRE B PER PART DE LES LICITADORES

Les empreses licitadores hauran de presentar en el sobre B de la licitació del present Lot una memòria tècnica amb el següent format:

- 9) PDF
- 10) Tipus de lletra Arial 11 o similar
- 11) Interlineat: simple
- 12) Marges: normals, Superior 2,5cm; inferior 2,5cm; esquerra 3cm; dreta 3cm

La memòria tècnica haurà de tenir un màxim de 30 pàgines. Si alguna oferta presenta una memòria amb més pàgines, la valoració es portarà a terme únicament sobre la informació continguda en les 30 primeres pàgines. Les pàgines corresponents a portada, contraportada i índex no computaran als efectes de les 30 pàgines.

Les característiques de tipus de lletra, dimensions, interlineat i marges representen la referència per a calcular el nombre de pàgines, fins a 30, avaluables. La licitadora pot presentar altres formats.

Contingut de la Memòria tècnica

- 1) **Metodologia de treball** amb eina de gestió de projectes per al seguiment d'entregables i control del pressupost executat. Les licitadores hauran de lliurar la proposta de treball, amb les fases i calendari, dins del document de Memòria. S'accepten documents incrustats en el mateix document de Memòria.
- 2) **Equip de treball proposat** per al desenvolupament del servei objecte del present Lot. S'haurà de presentar document amb descripció de cada un dels membres de l'equip proposat, amb detall d'experiència i trajectòria professional, d'acord amb els requeriments tècnics expressats en el present Lot. La licitadora haurà d'incloure també la proposta de funcions de cada membre segons àrees d'expertesa i aptituds.

No es requereix acreditació de l'experiència i coneixements per a cada perfil en el document de memòria. L'acreditació caldrà presentar-la en cas que l'empresa ofertant resulti adjudicatària provisional. Es demana que es detalli, segons perfil, les funcions que desenvoluparà cada persona d'acord amb el contingut de l'apartat Equip de Treball de les condicions per al present Lot.
- 3) **Breu dossier corporatiu de l'empresa**, amb inclusió de catàleg de clients en llenguatge WordPress i Drupal. Es demana una explicació corporativa molt sintètica, amb esment dels principals clients. Es demana també una explicació breu sobre els

punts forts en el desenvolupament de web i aplicatius en els dos llenguatges demanats en els presents plecs. Es demana que s'aportin 5 exemples de cada llenguatge amb un enllaç a la web i un paràgraf (màxim 350 caràcters amb espais) que identifiqui els principals reptes i el seu assoliment. No es requereix que els àmbits d'aquests projectes estiguin relacionats amb l'alimentació, la gastronomia o el turisme.

- 4) **Enumeració de 4 accions concretes** raonades per a cadascun dels 3 projectes (web Prodeca, web BaP i web Gastroteca) que la licitadora proposa per a la millora de la usabilitat que poden fer referència al disseny, la funcionalitat i l'estructura dels llocs.
- 5) **Llista de 4 recomanacions principals** raonades per millorar el posicionament orgànic als buscadors per a cadascun dels 3 projectes (web Prodeca, web BaP i web Gastroteca).
- 6) **Proposta d'estructura web** per fer més atractiva i usable la HOME del web Prodeca.

Els punts 4), 5) i 6) s'han d'entendre com a exercicis a presentar per part de les empreses licitadores, que seran objecte de valoració per part de Prodeca per a determinar la millor oferta, d'acord amb els criteris de valoració contemplats als plecs de condicions administratives particulars. En cap cas s'han d'entendre com a idees ex novo ni com a desenvolupament d'idees per a un projecte.

Gemma Moliner

Cap de l'Àrea Comunicació Corporativa

Barcelona, 2 de maig de 2023