

PLEC TÈCNIC PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING CORPORATIUS PER A ARC-MEDWAVES

Numero d'expedient: ARC-2023-20324

INDEX

1. ANTECEDENTS	2
2. OBJECTE DE LA LICITACIÓ	3
Per poder donar resposta a les diferents necessitats de comunicació del Centre, l'equip de la Networking & Communication Facility de MedWaves necessita externalitzar els serveis de comunicació corporativa.....	
3	
L'objecte de la present licitació és la contractació dels serveis d'assistència tècnica per a la comunicació corporativa de 2023, és a dir el desenvolupament i el manteniment de la pàgina web (www.medwaves-centre.org), el disseny i maquetació de diferents materials de comunicació, la gestió i l'edició de les xarxes socials així com l'assessorament de l'estratègia de comunicació per les campanyes del Centre, i la gestió de la disseminació i de la comunitat The Switchers Community (The Switchers), la comunitat d'ecoemprenedors més gran de la Mediterrània.	
3	
2.1. División en lots	4
3. PRESSUPOST MÁXIM PER LA ADJUDICACIÓ:.....	4
3.1. Valor Lot 1	5
3.2. Valor Lot 2	5
3.3. Valor Lot 3	6
3.4. Valor Lot 4	7
3.5. Valor Lot 5	7
4. ABAST I CONDICIONS DEL SERVEI:	9
4.1. Lot 1: Creació, desenvolupament i manteniment de pàgines web.....	9
4.2. Lot 2: Disseny, maquetació de continguts visuals i altres materials de comunicació i màrqueting	12
4.3. Lot 3: Gestió de xarxes socials, anàlisi de màrqueting i gestió d'eines en línia pel MedWaves	14
4.4. Lot 4: Gestió de campanyes: Desenvolupament d'un pla estratègic de campanyes, de creació de continguts i implementació de l'estratègia d'actuació.....	17
4.5 Lot 5: Gestió de la comunitat The Switchers.....	19
5. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL:	22
6. TERMINI D'EXECUCIÓ:	23
7. CONDICIONS DE PAGAMENT:	23
8. LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI:	23

9.	CRITERIS D'ADJUDICACIÓ	24
9.1.	Lot 1. (100 punts)	24
9.2.	Lot 2 (total 100 punts).....	25
9.3.	Lot 3 (total 100 punts).....	26
9.4.	Lot 4 (total 100 punts).....	27
9.5.	Lot 5 (total 100 punts).....	29
10.	Annex.....	30

1. **ANTECEDENTS**

MedWaves, el centre d'activitats regionals del PNUMA/MAP per a la CPS (consum i producció sostenibles) és un centre de cooperació internacional amb els països Mediterranis en matèria de desenvolupament i innovació del sector productiu i la societat civil a partir de models de consum i producció més sostenibles amb l'objectiu de contribuir a la transició cap a economies sostenibles en els estats de la conca Mediterrània. Està allotjat legalment per l'ARC (Agència de Residus de Catalunya).

MedWaves és una de les organitzacions pertanyents al *Mediterranean Action Plan* (MAP) , establert des de l'any 1975 pel Programa de les Nacions Unides pel Medi Ambient, i que té com a objectiu coordinar la cooperació entre els 21 països membres de la Convenció per a la protecció del medi marí i la regió costanera del Mediterrani (coneguda com a Convenció de Barcelona) que té com a objectiu la protecció i millora del medi ambient i el desenvolupament sostenible de la regió.

Així mateix, a partir de l'any 2009 el Conveni d'Estocolm sobre Compostos Orgànics Persistents, tractat mundial per protegir la salut humana i el medi ambient d'aquests productes tòxics, s'afegeix al marc d'actuació del MedWaves, donat que el Centre és designat pels països membres del Conveni com a Centre Regional per la seva aplicació. Des de llavors aquest tipus de contaminants s'introdueixen com a prioritat en gran part de les activitats del MedWaves.

Les activitats desenvolupades pel MedWaves inclouen l'organització d'activitats de capacitat i formació d'experts, la publicació de notícies i publicacions tècniques, l'organització de reunions d'experts, la preparació d'estudis tècnics i metodologies, l'establiment de xarxes per l'intercanvi de coneixement i experiències entre els principals actors dels països (organitzacions internacionals, entitats públiques, associacions empresarials, entitats de la societat civil, universitats, etc.), la coordinació de projectes pilot i l'assistència als països en la preparació de Plans Nacionals d'Acció per la integració de models de consum i producció sostenible en el desenvolupament del sector productiu que propiciïn la introducció de criteris d'economia verda en les seves polítiques de desenvolupament.

integració de models de consum i producció sostenible en el desenvolupament del sector productiu que propiciïn la introducció de criteris d'economia verda en les seves polítiques de desenvolupament.

Des del seu establiment el 1996, les activitats del MedWaves han evolucionat i, en els darrers anys, MedWaves ha augmentat dràsticament les seves accions a la regió, en particular, adquirint nous projectes, ja sigui com a socis principals o com a part dels consorcis. Això permet al MedWaves establir-se en nous països mediterranis, reforçar els seus coneixements, adquirir un equip més ampli d'experts internacionals i fer valer la seva experiència a la regió.

Es pot veure tota la informació als enllaços següents:

www.medwaves.

<https://www.facebook.com/medwavescentre>

https://twitter.com/MedWaves_Centre

<https://www.linkedin.com/company/medwaves>

Per poder donar resposta a la seva missió estratègica, descrita al Pla d'Acció Regional de SCP i a l'Estratègia Med per al Desenvolupament Sostenible del PNUMA/MAP, MedWaves va prototipar i provar una sèrie d'eines i metodologies dirigides a les parts interessades clau que s'han d'ampliar i treballar en economia d'escala per augmentar l'absorció dels resultats de comunicació.

L'Estratègia de comunicació també s'alinea amb l'ODS 17 i la necessitat del centre d'implicar de manera responsable el sector privat cap a una transició verda i circular.

D'una banda, l'Estratègia de Comunicació del MedWaves està concebuda com una eina de suport per a àrees estratègiques, programes i projectes implementats pel centre, donant suport als gestors i socis de MedWaves per involucrar millor les parts interessades clau, augmentar la difusió i millorar el rendiment general de la seva acció.

2. OBJECTE DE LA LICITACIÓ

Per poder donar resposta a les diferents necessitats de comunicació del Centre, l'equip de la Networking & Communication Facility de MedWaves necessita externalitzar els serveis de comunicació corporativa.

L'objecte de la present licitació és la contractació dels serveis d'assistència tècnica per a la comunicació corporativa de 2023, és a dir el desenvolupament i el manteniment de la pàgina web (www.medwaves-centre.org), el disseny i maquetació de diferents materials de comunicació, la gestió i l'edició de les xarxes socials així com l'assessorament de l'estratègia de comunicació per les campanyes del Centre, i la gestió de la disseminació i de la comunitat The Switchers Community ([The Switchers](#)), la comunitat d'ecoemprenedors més gran de la Mediterrània.

La finalitat de la contractació d'aquests serveis és assegurar que els missatges claus de MedWaves arribin als diferents grups objectiu identificats, tot sensibilitzant sobre l'impacte i els beneficis d'adoptar el model de consum i producció sostenibles. L'encàrrec s'emmarca dins de l'equip de la Networking & Communication Facility, i s'alinea amb el Programa de Treball (Program of Work - PoW per la seva sigla en anglès) d'UNEP/MAP per al bienni d'implementació 2022-2023 de la seva Estratègia de Mitjà Termini (MTS), aprovada a la darrera COP de la Convenció de Barcelona (Desembre 2021, Antalya).

Tot plegat té com a objectiu donar seguiment als esforços comunicatius que marca l'estratègia de comunicació 2021-2023, complementat amb un pla tàctic per al 2023.

2.1. División en lots

La licitació estarà dividida en 5 lots:

Lot 1: Creació, desenvolupament i manteniment de pàgines web per a MedWaves.

Lot 2: Disseny i maquetació de continguts visuals i altres materials de comunicació i màrqueting.

Lot 3: Gestió de xarxes socials, anàlisi de màrqueting i gestió d'eines en línia per a MedWaves.

Lot 4: Gestió de campanyes: desenvolupament d'un pla estratègic de campanyes, de creació de continguts i implementació de l'estratègia d'actuació.

Lot 5: Gestió de la comunitat de "The Switchers Community".

En l'exposició d'aquest plec de condicions tècniques, s'ofereix una descripció dels serveis que s'hauran de realitzar en el marc de cada lot. Els licitadors podran presentar ofertes per a un lot o dos o tres o quatre o tots. En cas d'optar a dos o més lots el licitador ha de presentar una oferta completa per separat per cada lot.

3. PRESSUPOST MÁXIM PER LA ADJUDICACIÓ:

El valor estimat del contracte és de 118.310 €.

El pressupost màxim per la licitació és de 143.155,10 € IVA inclòs (118.310 € + 24.845,10 € IVA).

En aquest preu estan inclosos els costos directes i indirectes. En cap cas es podrà superar el preu màxim de la licitació que queda repartit en els següents lots:

Per al lot 1: 15.500 euros + 3.255 euros IVA (18.755 euros amb IVA inclòs)

Per al lot 2: 13.000 euros + 2.730 euros IVA (15.730 euros amb IVA inclòs)

Per al lot 3: 31.000 euros + 6.510 euros IVA (37.510 euros amb IVA inclòs)

Per al lot 4: 18.000 euros + 3.780 euros IVA (21.780 euros amb IVA inclòs)

Per al lot 5: 40.810 euros + 8.750,10 euros IVA (49.380,10 euros amb IVA inclòs)

L'oferta econòmica s'ha de presentar indicant l'import total del lot i també els imports desglossats pels diferents conceptes que la integren. Els preus, tant el total com els imports desglossats, s'han d'indicar amb l'import de l'IVA com a partida independent.

El pressupost màxim de licitació obeeix a una previsió realitzada per al període d'execució del contracte, de manera que aquest import dependrà en tot cas de les necessitats de l'ARC-MedWaves, sense que hi hagi per a l'ARC-MedWaves l'obligació de realitzar un consum mínim.

3.1. Valor Lot 1

La base utilitzada per a poder arribar a aquesta conclusió, ha estat un exercici comparatiu dels diferents encàrrecs d'una naturalesa similar, i amb una relació preu-qualitat adequada .

Es calcula una divisió del lot 1 segons la informació de la taula següent:

IVA NO INCLOS		
	Quantitat	Total €
Manteniment web MedWaves	15 (hores) x 10 (mesos) x 50 (euros per hora)	7.500
Manteniment web JUST2CE	10 (hores) x 10 (mesos) x 50 (euros per hora)	5.000
Altres necessitats web	60 (hores) x 50 (euros per hora)	3.000
TOTAL		15.500 €

3.2. Valor Lot 2

La base utilitzada per a poder arribar a aquesta conclusió, ha estat un exercici comparatiu dels diferents encàrrecs d'una naturalesa similar, i amb una relació preu-qualitat adequada, i, amb una tarifa horaria de 30 euros, per una quantitat mitjana de 400 hores mensuals, durant 10 mesos, fins a la finalització del contracte (400 hores en total).

Es calcula una divisió del lot 2 segons la informació de la taula següent:

IVA NO INCLOS		
	Quantitat	Total €
A. Disseny i maquetació	30 (euro per hora) x 400 (hores)	12.000
<i>detallat</i>		
Disseny i maquetació de publicacions així com altres materials de comunicació del MedWaves incloent el disseny	200 hores	6.000

d'infografies, taules, gràfics, il·lustracions, fullets, roll-ups		
Crear visuals i infografies per les xarxes socials o materials de comunicació en coordinació amb l'adjudicatari del lot 3	100 hores	3.000
Disseny del grafisme per decorar petits estands o àrees expositives	20 hores	600
Adaptacions de banners animats i estàtics i altres peces de difusió on-line	20 hores	600
Actualització elements gràfic de la web	10 hores	300
Seleccionar fotografies per pujar a la web, buscar-ne si fa falta i també retoc fotogràfics	10 hores	300
Producció petit vídeos per a xarxes socials	40 hores	1.200
B. Compra de fotografies	1000	1.000
TOTAL		13.000 €

A. Disseny i maquetació

Per a cada encàrrec l'adjudicatari elaborarà un pressupost previ que serà aprovat per l'ARC - MedWaves i que servirà de base per a la facturació. L'adjudicatari haurà de trametre el pressupost a l'ARC-MedWaves.

B. Compra de fotografies

Per a cada encàrrec l'adjudicatari elaborarà un pressupost previ que serà aprovat per l'ARC - MedWaves i que servirà de base per a la facturació. L'adjudicatari haurà de trametre el pressupost a l'ARC-MedWaves.

3.3. Valor Lot 3

La base utilitzada per a poder arribar a aquest preu ha estat un exercici comparatiu dels diferents encàrrecs d'una naturalesa similar, i amb relació preu-qualitat adequada. El resultat d'aquest anàlisi és l'establiment d'una tarifa màxima diària de 140 euros (+ IVA), amb una estimació de 20 dies per mes i durant 10 mesos, que es la durada estimada del contracte.

A la tarifa diària de treball del community manager responsable de la gestió de les xarxes, s'afegiran les tarifes de subscripció a les noves eines digitals, que són les següents: Mentimeter, Zoom, Canva, Mailchimp i Hootsuite (2.000 euros). També s'afegirà el preu de la promoció d'anuncis de pagament a les publicacions rellevants a les xarxes socials per augmentar-ne l'abast segons l'estratègia definida amb l'equip de coordinació de comunicació del MedWaves per un pressupost anual màxim de 1000 euros.

Es calcula una divisió del lot 3 segons la informació de la taula següent:

IVA NO INCLOS		
	Quantitat	Total €
Gestió RRSS	20 (dies) x 10 (mesos) x 140 (euros per dia)	28.000
Paid ads	1000	1000
Subscripció Mentimeter	200	200
Subscripció ZOOM	800	800
Subscripció CANVA	200	200
Subscripció HOOTSUITE	600	600
Subscripció MAILCHIMP	200	200
TOTAL		31.000 €

3.4. Valor Lot 4

La base utilitzada per a poder arribar a aquesta conclusió, ha estat un exercici comparatiu dels diferents encàrrecs d'una naturalesa similar i amb una relació preu-qualitat adequada, amb una tarifa diària de 200 euros per dia, a 9 dies per mes i durant 10 mesos per any, fins a la finalització del contracte.

Es calcula una divisió del lot 4 segons la informació de la taula següent:

IVA NO INCLOS		
Tasca	Quantitat	Total €
Desenvolupament i seguiment del pla estratègic de continguts mensual	1 (dies) x 10 (meses) x 200 (euro)	2.000 €
Redacció d' articles temàtics, entrevistes, busqueda d'informació fiable, verificació de fets	5 (dies) x 10 (meses) x 200 (euro)	10.000 €
Conceptualització de campanyes, mapeig d'oportunitats de campanya, coordinar processos de disseny i implementació inclusius i estratègics de la/s campanya/s	3 (dies) x 10 (meses) x 200 (euro)	6.000
TOTAL		18.000 €

3.5. Valor Lot 5

La base utilitzada per a poder arribar a aquesta conclusió, ha estat un exercici comparatiu dels diferents encàrrecs d'una naturalesa similar, i amb una relació preu-qualitat adequada, amb una tarifa horaria de 30 euros, per una quantitat mitjana de 108 hores mensuals, durant 10 mesos, fins a la finalització del contracte i l'addició de 1.000 € de crèdit per a anuncis de pagament (*paid ads*).

Es calcula una divisió del lot 5 segons la informació de la taula següent:

IVA NO INCLOS

	Quantitat	Total €
A. Edició i redacció d'històries de Switchers	480 hores	14.400
<i>Edició i redacció d'històries de Switchers - detallat</i>		
Recopilar, verificar i processar la informació enviada pels candidats a la comunitat Switchers i realitzar entrevistes	110 hores	3.300€
Escriure/ redactar "portaits / històries" en anglès dels Switchers per a la web respectant la carta editorial i l'estil de comunicació dels Switchers	320 hores	9.600€
Optimització de continguts SEO (referència natural) de la web	50 hores	1.500€
B. Gestió de la comunitat i esdeveniments	310 hores	9.300€
<i>Gestió de la comunitat i esdeveniments detallat</i>		
Animar i supervisar les interaccions al grup de Facebook de la comunitat Switchers	170 hores	5.100€
Recollir oportunitats de finançament rellevants per als Switchers	55 hores	1.650€
Organitzar i participar en esdeveniments per crear comunitat i impulsar la consciència de la marca de la comunitat	40 hores	1.200€
Realitzar la gestió en línia dels esdeveniments	35 hores	1.050€
Redacció d'informes	10 hores	300€
C. Gestió de xarxes socials i web	537 hores	16.110€
<i>Gestió de xarxes socials i web – detallat</i>		
Definir les estratègies de màrqueting i de comunicació per les xarxes socials	55 hores	1.800€
Proporcionar imatge i vídeo atractius als comptes de xarxes socials	80 hores	2.400€
Mantenir el lloc web « TheSwitchersCommunity » actualitzat amb les històries entrants	150 hores	4.500€
Actualització i publicació en les xarxes socials d'Instagram, Facebook, Twitter	200 hores	6.000€
Identificar i publicar el Switcher del mes	15 hores	450€

<i>Elaborar un butlletí un cop cada tres mesos</i>	<i>22 hores</i>	<i>660€</i>
<i>Elaboració d'un informe trimestral</i>	<i>10 hores</i>	<i>300€</i>
Paid Ads	1.000 €	1.000 €
TOTAL		40.810€

4. ABAST I CONDICIONS DEL SERVEI:

Per a tots els lots, hi ha una sèrie de condicions generals:

L'empresa licitadora haurà de presentar l'organigrama en el qual es detallin els perfils professionals de l'equip de treball que prestarà el servei. L'organigrama inclourà les funcions a desenvolupar per a cada un dels membres de l'equip de treball. També s'haurà d'entregar el currículum vitae de cada un dels integrants de l'equip.

La disponibilitat del servei haurà de fer-se entre les 9 i les 17 hores de dilluns a divendres, però amb la capacitat de cobrir actes o imprevistos fora d'aquests torns.

L'equip de treball acreditat no podrà ser substituït sense previ consentiment del contractant.

A continuació es detallen les condicions de servei en relació amb cada lot de forma individual:

4.1. Lot 1: Creació, desenvolupament i manteniment de pàgines web

Pel que fa al objecte d'aquest lot 1, l'empresa adjudicatària realitzarà les següents tasques:

4.1.1. Pàgina web del MedWaves

- Construcció i millora de l'estructura de la informació i de la web a partir dels continguts definits per MedWaves;
- El disseny de pàgines addicional a la web;
- Programació i integració de les noves plantilles i noves funcionalitats;
- Comprovació i proves de les funcionalitats;
- Càrrega de continguts en els diferents idiomes (anglès, català, castellà i francès), que inclourà continguts de nova creació;
- Servei de consultoria i assessorament per garantir el suport tècnic i la gestió d'incidències.
- Suport tècnic responsables de comunicació de l'ARC-MedWaves, així com altres membres de l'equip que també poden gestionar la web;
- Servei de còpies de seguretat i recuperació, en cas de necessitat.

4.1.2. Pàgina web del JUST2CE

- Construcció i millora de l'estructura de la informació i de la web a partir dels continguts definits per l'ARC-MedWaves;
- El disseny de pàgines addicional a la web;
- Programació i integració de les noves plantilles i noves funcionalitats;
- Comprovació i proves de les funcionalitats;

- Càrrega de continguts en els diferents idiomes (anglès, català, castellà i francès), que inclourà continguts de nova creació;
- Servei de consultoria i assessorament per garantir el suport tècnic i la gestió d'incidències.
- Suport tècnic responsables de comunicació de l'ARC-MedWaves, així com altres membres de l'equip que també poden gestionar la web;
- Servei de còpies de seguretat i recuperació, en cas de necessitat.

4.1.3. Formació d'usuaris i administradors

- Manual d'usuari redactat en anglès per pujar contingut a la web que inclogui, com a mínim: manual del gestor de continguts, manual de gestor de les eines i components incloses a la web, manual de bones pràctiques en la gestió de 8 continguts, definició de rols, usuaris i grups bàsics (publicació, aprovació, edició, visualització), definició de procediments i guia per mantenir el SEO en les pàgines desplegable;
- Formacions on-line amb el responsable de comunicació del MedWaves y el rest del equip del Networking i Comunicació, diferenciades segons el tipus de destinatari: usuaris, tècnics, administradors, etc.. El material de formació emprat durant la formació online (per exemple, diapositives), que haurà de ser en anglès, s'haurà d'entregar a l'ARC-MedWaves.

4.1.4. Altres necessitats webs

- Arxivar la pàgina antiga del centre amb el domini de www.scprac.org (el contingut actual de la web s'haurà de poder arxivar i consultar mitjançant un enllaç)
- El disseny de pàgina d'aterratge (*landing pages*) segun necessitat de nous projectes
- El desenvolupament complet de les pàgines d'aterratge mitjançant un gestor de continguts (CMS);
- Compra de domini i servei d'allotjament (*hosting*) segun necessitat de nous projectes
- Comprovació i proves de les funcionalitats.

4.1.5. Condicions i/o especificacions tècniques

L'equip humà destinat al projecte del lot 1 ha d'estar format per:

- **1 coordinador/a o cap de projecte estratègic.** La persona adscrita a aquest perfil haurà d'haver finalitzat qualsevol dels següents estudis: Llicenciatura, Grau o Màster en periodisme, publicitat relacions públiques, màrqueting o comunicació i ser expert/a en comunicació interactiva i multimèdia. Les seves funcions seran estudiar i definir l'orientació de la web en base als objectius marcats sobretot tenint en compte l'estratègia de comunicació de MedWaves.
- **1 dissenyador/a web.** La persona adscrita a aquest perfil haurà d'haver finalitzat qualsevol dels següents estudis: Llicenciatura, Grau o Màster en disseny gràfic, desenvolupament o programació web estarà encarregat de la conceptualització manteniment de las webs de MedWaves.
- **1 programador web,** amb un mínim de 2 anys d'experiència que desenvoluparà i programarà l'actualització del web i creació de l'estructura adequada.

- L'empresa adjudicatària ha de tenir les certificacions següents: certificació Google Analytics, certificació Google Tag Manager i certificació Data Studio.

El disseny de noves pàgines de la web, serà sotmès a l'aprovació del contractant i s'haurà d'adaptar a la guia de visibilitat, amb el domini de www.medwaves-centre.org.

El licitador haurà d'incloure a la seva memòria tècnica i de manera clara quina serà la seva metodologia de treball durant tot el contracte, com serà la comunicació amb el departament de Networking de l'ARC-MedWaves, quina serà la periodicitat de les reunions a mantenir entre l'empresa adjudicatària i l'ARC-MedWaves, i un cronograma detallat de les diferents fases a assolir durant el desenvolupament del projecte. Després de cada reunió l'empresa adjudicatària haurà de lliurar una acta (en anglès) de la mateixa que haurà de ser aprovada per ambdues parts.

L'empresa adjudicatària programarà una sèrie de sessions de proves de la pàgina web i les seves funcionalitats, tant per a l'administrador de la web com per a diferents tipus d'usuaris que consideri adequats per fer aquestes proves.

4.1.6. Assistència tècnica i manteniment

Durant el període d'execució i implementació del contracte, l'empresa adjudicatària haurà de realitzar tots els treballs de manteniment de la web que inclou, com a mínim: cobrir el correcte funcionament de la web, la creació de còpies de seguretat, l'actualització de les versions de tot el software, el posicionament SEO, la reparació d'enllaços trencats, solucionar errors diversos i incidències que puguin sorgir així com problemes en la programació.

Per això, l'adjudicatari haurà de disposar d'un servei d'atenció on es gestioni de forma centralitzada les incidències relacionades amb el funcionament de la web i el gestor de continguts. Les incidències podran ser notificades per part del personal designat per MedWaves.

L'alta i el seguiment de les incidències hauran d'estar disponibles tots els dies de l'any. En tal cas, es definiran els nivells de servei, que s'hauran de complir segons els següents requeriments:

L'horari mínim d'atenció de les incidències és de 8 hores diàries de dilluns a divendres. En funció del tipus d'incidència, l'atenció d'aquestes s'haurà de realitzar entre dues hores i un màxim de 24 hores des de la notificació de la incidència. És obligatori disposar d'un sistema de seguiment de les incidències. En el cas de nous desenvolupaments, el temps màxim de resposta serà de 24 hores. El temps de resolució es fixarà en funció de la complexitat del canvi a fer.

L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar un telèfon i un correu electrònic on es pugui parlar directament (inclòs en anglès) amb el programador o tècnic i informar sobre la incidència en qüestió. A més a més, també es pot considerar que hi hagi un sistema de seguiment d'incidències accessible al personal del MedWaves designat així com a altres socis del projecte, a on quedi registrat cada incidència, l'estat i les actuacions portades a terme de manera cronològica.

En resum:

- Servei de suport per la resolució d'incidències urgents (inclòs en caps de setmana)
- Servei de suport per la resolució d'incidències no urgents

	Temps de resposta	Temps de resolució	Cobertura
Incidències urgents (per exemple: una caiguda de la web) o incidències crítiques que afecten el servei de manera significativa	30 minuts	2 hores	24 x 7
Incidències no urgents o incidències crítiques que no afecten el servei de manera significativa	2 hores	24 hores	De dilluns a divendres de 9.00 a les 18.30

Model de transferència del servei:

L'adjudicatari haurà de garantir que, una vegada finalitzat el projecte i aquest es doni per rebut, es pugui transferir a un tercer perquè pugui realitzar el manteniment i millora de la web de manera independent. Per a això el licitador haurà d'indicar els termes logístics, tasques, documentació, obligacions, metodologia que permetin la transferència del servei íntegre i manteniment de la web a la finalització del contracte

4.2. Lot 2: Disseny, maquetació de continguts visuals i altres materials de comunicació i màrqueting.

Pel que fa al objecte d'aquest lot 2, l'adjudicatari realitzarà les següents tasques:

4.2.1. Disseny gràfic i maquetació

- Disseny i maquetació de nous informes i publicacions així com altres materials de comunicació del MedWaves incloent el disseny d'infografies, taules, gràfics, il·lustracions, fullets, roll-ups;
- Actualitzar les plantilles *power point*, *word* i altres documents si és necessari per a la comunicació interna /externa del programa;
- Crear visuals i infografies per les xarxes socials o materials de comunicació en coordinació amb l'adjudicatari del lot 3 i 4;
- Disseny del grafisme per decorar petits estands o àrees expositives;
- Adaptacions de banners animats i estàtics i altres peces de difusió on-line;
- Treballar en coordinació amb l'equip adjudicatari de lot 1, per algunes actualitzacions de la web;
- Seleccionar fotografies per pujar a la web, buscar-ne si fa falta i també retoc fotogràfics;
- Maquetació d'informes i de presentacions tipus Powerpoint, seguint el manual d'estil corporatiu de MedWaves i tenint en compte les guies europees de visibilitat i comunicació. Entregar els arxius en format editable (InDesign, Photoshop, Premiere, Illustrator).

L'adjudicatari treballarà en coordinació amb l'equip Networking i Comunicació del MedWaves seguint el manual d'estil corporatiu i guies de visibilitat i comunicació en alguns casos.

4.2.2. Muntatge de vídeo

- Produir un màxim de 3 muntatges de vídeo d'una durada màxima de 5 minuts a partir de seqüències ja existents per a activitats específiques en col·laboració amb altres organitzacions;
- Fer vídeos breus o GIF a partir de seqüències existents per a les xarxes socials del projecte.

4.2.3. Compra d'imatges, fotografies, il·lustracions

El MedWaves opera en sectors d'activitat específics que poden ser complexos per il·lustrar i requereixen fotografies precises, com per exemple: productes tòxics específics i el seu ús, activitats industrials precises, il·lustracions d'activitats de vigilància a la platja, al mar, escombraries marines, fotos submarines, representacions de la Mediterrània, etc...

4.2.4. Condicions i/o especificacions tècniques

L'adjudicatari tindrà:

- 1 dissenyador/a gràfic/a, amb titulacions oficials que acreditin coneixements de disseny gràfic o similars. A més, les condicions mínimes que es requereixen són les següents:
 - Experiència laboral demostrada de mínim 5 anys com a dissenyador gràfic amb habilitats demostrables de disseny gràfic amb un portafolis;
 - Domini de Adobe Creative Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign,...) i tenir les llicències pertinents;
 - Coneixements d'impressió i disseny web per treballar tant en materials en línia com fora línia;
 - Domini de l'anglès (Nivell equivalent a C1 d'anglès, oral i escrit);
 - Coneixement sobre temàtiques relacionades amb la sostenibilitat i el medi ambient, així com experiència en països Nord-africans i del Mitjà Orient;
 - Experiència en un entorn internacional, i idealment, amb coneixements sobre el context de la regió mediterrània;
 - Coneixement per crear conceptes visuals (brainstorming, esbossos, infografies, i verbalització d'idees abans de l'execució) seguint les directrius de MedWaves;
 - Coneixement d'animació i edició de vídeos.

L'adjudicatari haurà de:

- Estar disponible per telèfon o per e-mail tots els dies laborables de 9 a 18:30 hores, excepte el mes d'agost, els nadals i la setmana santa o altres vacances oficials. En el cas de tasques urgents, caldrà que presenti la proposta gràfica en un termini màxim de 48 hores.
- Entregar els arxius en format Indesign, Photoshop, Illustrator o Premiere
- Cedir tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per tots els formats i mitjans sens límit de temps.

- Estar disposat en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir MedWaves, com per exemple agències de comunicació, d'esdeveniments, productores, estudis de disseny, etc.
- Seguir la normativa gràfica de MedWaves així com els logotips dels socis i seguint les normatives gràfiques.

Per a cada encàrrec l'adjudicatari elaborarà un pressupost previ que serà aprovat per MedWaves i que servirà de base per a la facturació.

Els terminis per a dur a terme els lliuraments sol·licitades a l'adjudicatari seran els detallats a continuació:

Disseny i maquetació	Max 1 setmana després validació del contingut
Muntatge de vídeo	Max 1 setmana després validació del contingut
Compra de fotografies	2 dies

4.3. Lot 3: Gestió de xarxes socials, anàlisi de màrqueting i gestió d'eines en línia pel MedWaves

Pel que fa al objecte d'aquest lot, l'empresa adjudicatària realitzarà les següents tasques:

4.3.1. Assessorament i gestió de l'estratègia de comunicació a les xarxes socials

- Realitzar una avaluació inicial de la situació de partida del posicionament de les xarxes socials de MedWaves, i definir una metodologia de treball i coordinació amb la que es proposa treballar;
- Definir l'estratègia de comunicació de les xarxes socials a partir de l'estratègia de comunicació
- Planificar i gestionar els perfils del MedWaves a les xarxes socials i de captació d'oportunitats sorgides dels canals socials.
- Realitzar serveis de consultoria i assessorament en el disseny de l'estratègia de comunicació (incloent continguts) per les xarxes socials amb l'objectiu d'incrementar els seguidors del MedWaves, tot creant una comunitat.
- Presentar a principis de cada mes els resultats del mes anterior i el pla editorial del mes en curs durant una reunió en línia amb l'equip de coordinació de comunicació de MedWaves
- Redactar l'estratègia de comunicació per les xarxes socials i fer-ne la presentació a l'equip de l'ARC-MedWaves;

4.3.2. Gestionar les diferents comptes del MedWaves a les xarxes socials

- Gestionar i dinamitzar les xarxes socials:
 - el Twitter de @MedWaves, amb una intervenció d'un mínim de 5 piulades setmanals, contestar tots els comentaris i missatges privats;
 - Facebook: Publicar mínim 3 posts setmanals, contestar tots els comentaris i missatges privats;
 - LinkedIn: Publicar mínim 3 posts setmanals, contestar tots els comentaris i missatges privats;

- YouTube: organitzar les playlists, contestar tots els comentaris, pujar continguts, contestar tots els comentaris i missatges privats;
- Retransmetre en directe un mínim de 4 esdeveniments durant tot el contracte organitzats pel ARC-MedWaves,
- Identificar i classificar els seguidors de les diferents xarxes socials del MedWaves
- Assistir a alguns actes i esdeveniments per informar-ne pels diferents canals, si es creu oportú;
- Responsabilitzar-se i supervisar que tots els textos que apareguin als canals off line i on line, webs i a les xarxes socials estiguin correctament escrits, sense faltes d'ortografia ni gramaticals;
- Buscar i identificar relacions i connexions amb influencers i altres que puguin ser d'interès pel MedWaves
- potenciar amb anuncis de pagament les publicacions rellevants a les xarxes socials per augmentar-ne l'abast segons l'estratègia definida amb l'equip de coordinació de comunicació de MedWaves per un pressupost anual màxim de 1000 euros;
- Idear e implementar accions per generar tràfic cap a les activitats del MedWaves
- Proposar un mínim de dues campanyes, concursos i/o accions per contactar amb públics que puguin interessar a MedWaves i cercar possibles col·laboracions amb tercers;
- Monitoritzar i escoltar activament les xarxes en referència al MedWaves;

4.3.3. Seguiment dels indicadors de rendiment

- Elaboració i presentació d'informes mensuals d'evolució de continguts, KPI-indicadors de rendiment i resultats (posicionament SEO, popularitat, rellevància, indexabilitat,...) mitjançant un quadre de comandament o dashboard;
- Redacció d'un informe anual dels KPI o indicadors de rendiment i de l'evolució i del posicionament assolit en els diferents canals;
- Gestionar el posicionament SEO (Search Engine Optimization).

4.3.4. Pàgina web del MedWaves

- Control i anàlisi dels resultats de la solució d'analítica web del MedWaves (Google Analytics) per fer un seguiment del volum de tràfic i del comportament dels usuaris. Elaboració d'un quadre amb dades mensuals i acumulades que encaixi amb els objectius de comunicació del projecte MedWaves, amb informació qualitativa i quantitativa. També es demana un informe amb propostes de millores;
- En ocasions, suport a la redacció de continguts on line i off line, inclòs el manteniment de l'apartat notícies amb el gestor de continguts Wordpress de la web del MedWaves

4.3.5. Premsa i canals off-line i altres tasques

- Actualitzar i realitzar el seguiment del directori de contactes de premsa i gestió del mailing de distribució a través de l'eina digital;
- Ajudar a confeccionar i enviar el butlletí digital ;

4.3.6. Compra i subscripció de serveis eines digitals

- Gestionar la subscripció 2023 per ZOOM
- Gestionar la subscripció 2023 per Mentimeter
- Gestionar la subscripció 2023 per CANVA
- Gestionar la subscripció 2023 per HOOTSUITE
- Gestionar la subscripció 2023 per MAILCHIMP

4.3.7. Condicions i/o especificacions tècniques

L'equip humà destinat al projecte del lot 3 ha d'estar format per:

- 1 social media manager, amb un mínim de 5 anys d'experiència en gestió de continguts en xarxes social, amb Llicenciatura, Grau o Màster en periodisme, comunicació, màrqueting o disseny i branding amb un nivell equivalent a C1 d'anglès, oral i escrit i un nivell equivalent a C1 d'àrab, oral i escrit.
- 1 social media manager, amb un mínim de 2 anys d'experiència en gestió de continguts en xarxes social, amb Llicenciatura, Grau o Màster en periodisme, comunicació, màrqueting o disseny i branding amb un nivell equivalent a C1 d'anglès, oral i escrit i un nivell equivalent a C1 de francès, oral i escrit.

La empresa adjudicatària haurà de disposar del personal qualificat i la titulació adequada a la naturalesa dels treballs a desenvolupar. Haurà de complir els següents requeriments:

- Un mínim de 3 anys d'experiència en gestió de comunicacions en anglès, francès i àrab;
- Un mínim de 3 anys d'experiència en gestió de comunicacions de projectes finançats per donants institucionals en el sud de la Mediterrània i la sostenibilitat;
- Un mínim de 2 anys d'experiència en redacció de continguts per xarxes socials, i idealment en països del Mediterrani i específicament del Nord d'Àfrica i Orient Mitjà;
- Un mínim de 4 anys d'experiència en el desenvolupament d'estratègies de comunicació per a les xarxes socials;
- Experiència en entorns de webs com per exemple Joomla, WordPress, Drupal, etc;
- Domini informàtica (MS Office, Adobe Pack, Drupal and WordPress CMS);

- Domini de les eines analítiques per avaluar els indicadors clau de rendiment (KPIs) de totes les xarxes socials, així com Google Analítics, el software de Mailchimp per analitzar el rendiment del butlletí, etc.;
- Experiència en la redacció d'informes i presentacions sobre els indicadors clau de rendiment;
- Coneixedor del context polític i cultural de la regió del Mediterrani;

El licitador haurà de presentar de manera clara quina és la seva metodologia de treball durant tot el projecte, com serà la comunicació amb el departament de Networking i Comunicació del MedWaves, quina serà la periodicitat de les reunions a mantenir entre l'empresa adjudicatària i del MedWaves, i un cronograma detallat de les diferents fases a assolir durant el desenvolupament del projecte. Després de cada reunió l'empresa adjudicatària haurà de lliurar una acta de la mateixa que haurà de ser aprovada per ambdues parts.

4.4. Lot 4: Gestió de campanyes: Desenvolupament d'un pla estratègic de campanyes, de creació de continguts i implementació de l'estratègia d'actuació.

Responent a la seva missió estratègica, el MedWaves va elaborar i inclour una estratègia de màrqueting al seu pla de comunicació per l'any 2023.

D'una banda, l'estratègia de màrqueting es concep com una eina de suport per a àrees, programes i projectes estratègics implementats pel centre, donant suport als gestors i socis de MedWaves per involucrar millor els grups d'interès clau, augmentar la difusió i millorar el rendiment general de la seva acció.

D'altra banda, l'estratègia de M&C afegeix un component estratègic per a MedWaves que garanteix els seus plans de sostenibilitat i compromís financer, atenent en última instància al seu impacte final i al seu mandat.

Així, MedWaves ha desenvolupat al 2022 un pla tàctic així com un full de ruta de comunicació, en previsió de l'any 2023. L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de vetllar pel bon desenvolupament d'aquest pla tàctic i donar suport a la seva implantació, en particular proposant campanyes de comunicació (justificades per un pla de continguts estratègic), i més concretament gestionant aquestes campanyes i la creació de continguts.

L'empresa adjudicatària tindrà un paper clau i estratègic, vinculat al bon desenvolupament de la resta de lots, que materialitzarà l'estratègia mitjançant el desenvolupament d'eines concretes: el disseny, la creació de material de comunicació i la seva distribució a les xarxes socials, així com a la web.

Pel que fa al objecte d'aquest lot 4, l'empresa adjudicatària realitzarà les següents tasques:

4.4.1. Desenvolupament i seguiment del pla estratègic de continguts

- Comprendre l'entorn en què opera MedWaves
- *Benchmarking* a partir de bones pràctiques i casos d'èxit en quant a posicionament de competidores.

- Definir l'avantatge competitiu i el posicionament del MedWaves.
- D'acord amb el pla tàctic per al 2023, la companyia elaborarà un pla estratègic de continguts mensual.
- Gestionar el calendari mensual de producció i publicació de continguts
- Definir els eixos clau per a la comunicació del mes, i identificar els continguts més adequats per produir.

4.4.2. Creació d' articles temàtics

- Proposar els temes a tractar mensualment als articles, respectant el pla de continguts estratègic i el pla tàctic.
- Escriure i publicar almenys **2 articles temàtics al mes**. Per articles temàtics entenem: un text que relata o presenta fets o exposa un punt de vista i que es basa en diferents fonts d'informació oral o escrita. L'article adoptarà un angle precís, d'acord amb l'elecció editorial de MedWaves, i pot evocar una posició/opinió del centre. El tema principal de l'article serà una de les missions, una de les àrees d'expertesa o una de les activitats principals del centre.
- Identificar les fonts d'informació adequades, ja siguin escrites o orals (persones a entrevistar, etc.)
- Realitzar entrevistes (si cal), ja siguin presencials, telefòniques o a distància
- Utilitzar tècniques de comunicació narrativa com ara narració, entrevista; i adoptar un estil editorial adreçat a un públic general.
- Il·lustrar els articles temàtics (si cal, fotografia de les persones entrevistades, fotografia il·lustrativa del tema, gràfic, etc.)
- Per a cada article de premsa, extreure/escriure frases atractives/ frase de subtítol, amb l'objectiu de distribuir i compartir l'article a les xarxes socials.

4.4.3. Conceptualització de campanyes:

- Assegurar-se que les campanyes formen part dels plans estratègics del centre
- Realitzar un mapeig d'oportunitats de campanya
- Explorar i aplicar enfocaments, tàctiques i protocols de campanya nous i innovadors
- Coordinar processos de disseny i implementació inclusius i estratègics de la/s campanya/s
- Identificar els requisits de recerca per garantir una campanya basada en l'evidència
- Oferir i coordinar comunicacions efectives de la campanya per assolir els objectius de la campanya
- Desenvolupar i dur a terme campanyes i organitzar programes de creació de capacitats amb el equip de MedWaves si és necessari

- Desenvolupament de materials de comunicació especialment relacionats amb campanyes i garantir uns estàndards editorials alts
- Identifica oportunitats per a noves campanyes, accions o canvis narratius

4.4.4. Condicions i/o especificacions tècniques

La empresa adjudicatària haurà de disposar del personal qualificat i la titulació adequada a la naturalesa dels treballs a desenvolupar. Haurà de complir els següents requeriments:

- El requisit indispensable que l'adjudicatari destini a l'adjudicació directa del contracte a 1 Project Manager amb un mínim de 6 anys d'experiència en gestió de continguts en xarxes social i en disseny i branding;
- Comunicació fluïda en anglès (oral i escrit equivalent a C1)
- Experiència de 5 anys en periodisme, comunicació i desenvolupament de continguts relacionats amb processos de governança de la sostenibilitat, marcs polítics regionals, SDGs i esdeveniments de naturalesa global (conferències i tractats UN)

4.5 Lot 5: Gestió de la comunitat The Switchers

Una de les iniciatives clau de MedWaves ha estat la creació de *The Switchers Community*, una comunitat d'emprenedors verds inspiradors i creadors de alternatives "eco" a la regió mediterrània. La plataforma theswitchers.eu conta les seves històries de transformació i canvi sostenibles, amb l'objectiu de donar més visibilitat a aquestes històries inspiradores i de permetre l'aprenentatge i l'intercanvi entre iguals. La comunitat també ofereix altres activitats de suport per als Switchers, com la participació en esdeveniments internacionals de networking, l'intercanvi d'informació sobre oportunitats de finançament, l'accés als serveis de suport empresarial oferts per MedWaves i el "Switchers Support Programme" (Annex 1).

The Switchers Community té com a objectiu de mitjà termini esdevenir una estructura autònoma i autogestionada, on els ecoemprenedors puguin sentir-se representats i gaudir de serveis i oportunitats de visibilització.

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar les següents tasques:

4.5.1. Edició i redacció d'històries de Switchers en theswitchers.eu

- Recopilar, verificar i processar la informació enviada pels candidats a la comunitat Switchers
- Escriu "històries" dels Switchers en anglès per a la web respectant l'estil editorial i de comunicació dels Switchers
- Oferir contingut web de qualitat per promocionar els Switchers
- Realitzar entrevistes per recollir més informació
- Optimitzar el contingut general del lloc web
- Optimització de continguts SEO (referència natural).

4.5.2. Gestió de la comunitat i esdeveniments

- Animar i supervisar les interaccions al grup de Facebook de la comunitat Switchers
- Recollir oportunitats de finançament rellevants per als Switchers

- Donar suport a l'organització d'activitats específiques per als Switchers (reunions de Switchers Connect, assistència de Switchers a esdeveniments, Switchers Talks, etc.)
- Organitzar i participar en esdeveniments per crear comunitat i impulsar la consciència de la marca de la comunitat
- Realitzar la gestió en línia dels esdeveniments.
- Coordinar-se amb els equips de Networking and Communication per assegurar-se de la coherència de la marca
- Mantenir-se al dia de les noves tendències en emprendedoria i economia circular
- Redacció d'informes

4.5.3. Gestió de xarxes socials i web

- Definir i implementar campanyes de comunicació a les xarxes socials d'acord amb les estratègies de màrqueting
- Proporcionar contingut de text, imatge i vídeo atractius als comptes de xarxes socials
- Mantenir el lloc web de Switchers actualitzat amb les històries entrants,
- Identificar i publicar el Switcher del mes
- Elaborar un butlletí un cop cada tres mesos
- Actualització, publicació i avaluació del rendiment de les xarxes socials d'Instagram, Facebook, Twitter
- Elaboració d'un informe trimestral sobre el nostre impacte en línia i a les xarxes socials (nombre de visites al web, històries més populars, nous seguidors, interaccions, recomanacions, etc.)
- Proporcionar servicis de *paid ads*

4.5.4. Condicions i/o especificacions tècniques

La empresa adjudicatària haurà de disposar del personal qualificat i la titulació adequada a la naturalesa dels treballs a desenvolupar. Haurà de complir els següents requeriments:

L'equip humà destinat al projecte del lot 1 ha d'estar format per:

- **1 coordinador/a o cap de projecte estratègic.** La persona adscrita a aquest perfil haurà d'haver finalitzat qualsevol dels següents estudis: Llicenciatura, Grau o Màster en periodisme, publicitat relacions públiques, màrqueting o comunicació i ser expert/a en comunicació interactiva i multimèdia. Les seves funcions seran estudiar i definir l'orientació de la comunitat en base als objectius marcats i a les strategies definides per MedWaves.
- **1 periodista o, copywriter o expert en comunicació o marketing.** Experiència mínima de 3 anys i llicenciatura, grau o màster en periodisme, comunicació o màrqueting.
- **1 community manager.** El community manager haurà de desplaçar-se o residir, preferiblement, en un país del sud del mediterrani i parlar àrab, considerant la composició de la Comunitat. Haurà de tindre una experiència mínima de 5 anys en gestió de comunitats, comunicació i gestió de xarxes socials.

L'empresa adjudicatària haurà de demostrar reunir les capacitats següents:

- Comunicació fluïda en anglès (oral i escrit) i francès, (l'àrab és un avantatge)
- Excel·lents habilitats de comunicació oral i escrita , habilitats d'escriptura, redacció
- Sòlida experiència en periodisme, comunicació i desenvolupament de continguts
- Coneixements de treball en economia circular/consum sostenible i instruments de política de producció
- Experiència prèvia en activitats de comunicació per a organitzacions internacionals de desenvolupament dirigides a diferents públics.
- Experiència treballant amb llocs web, com WordPress, Joomla, Drupal, etc.
- Coneixement en informàtica (MS Office, Adobe Pack, Drupal i CMS de WordPress);
- Coneixements en google analytics i realització de campanyes A/B Testing-Mailchimp.
- Excel·lent coneixement dels principis i pràctiques de comunicació;
- Coneixement dels processos de producció de publicacions en línia;
- Capacitat per gestionar múltiples tasques i terminis, i treballar bé amb altres en un entorn de ritme ràpid. Hauria de ser capaç d'organitzar i prioritzar el propi treball amb una supervisió limitada;
- Actiu a les xarxes socials, i seguidor de tendències i tecnologies.

El desenvolupament i implantació de l'estratègia, així com el seu seguiment, requereixen un treball constant i regular, per això l'empresa haurà de treballar de manera regular durant 11 mesos.

El licitador haurà de presentar de manera clara quina és la seva metodologia de treball durant tot el projecte, com serà la comunicació amb el departament de Networking i Comunicació de MedWaves, quina serà la periodicitat de les reunions a mantenir entre l'empresa adjudicatària i MedWaves, i un cronograma detallat de les diferents fases a assolir durant el desenvolupament del projecte. Després de cada reunió l'empresa adjudicatària haurà de lliurar una acta de la mateixa que haurà de ser aprovada per ambdues parts.

5. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL:

Per a tots els lots: L'empresa (o consultor) adjudicatària i el seu personal hauran de respectar, en tot cas, les prescripcions de la Llei Orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de Protecció de Dades de Caràcter Personal, les que preveu el Projecte 121/000013 de Llei Orgànica de Protecció de Dades i aquelles que es derivin de l'aplicació del Reglament (UE) 2016/679 Del Parlament Europeu i del Consell de 27 d'abril de 2016 relatiu a la protecció de les persones físiques en allò que respecta al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE (Reglament general de protecció de dades), respecte a les dades d'aquest caràcter relatives als ciutadans usuaris del servei. Així mateix formalitzarà el contracte o acord corresponent d'encàrrec del tractament de conformitat amb l'article 12 de la LOPD i l'article 20 i següents del Reial Decret 1720/2007, de 21 de desembre, pel qual s'aprova el Reglament de desenvolupament de la Llei orgànica 15/1999. En conjunt i endavant es parlarà del Marc Jurídic de Protecció de Dades (MJPD) vigent.

Propietat intel·lectual:

- Els drets d'explotació de tots els documents i resultats dels treballs realitzats a l'empara d'aquest contracte seran propietat de l'ARC-MedWaves, amb exclusivitat, sense límit de temps i amb caràcter general.
- L'ARC-MedWaves adquirirà la propietat de tot el material, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, així com els documents i el resultat elaborat per l'adjudicatari, o els seus empleats, en l'execució del contracte i, en particular, tots els drets de propietat intel·lectual que derivin dels mateixos. També s'inclou l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra). Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.
- En cas de rescissió del contracte l'adjudicatari haurà de garantir la transferència dels seus productes amb la present clàusula i abstenir-se d'explotar comercialment els avenços de la seva feina.
- Tot el projecte i sistema desenvolupat per a la realització d'aquest servei serà propietat de l'ARC-MedWaves L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a l'ARC-MedWaves.
- L'empresa adjudicatària haurà de respectar en tot moment la imatge corporativa del MedWaves així com les seues guies
- Una vegada acabada la prestació del servei l'empresa està obligada a fer el traspàs a l'ARC-MedWaves dels arxius tècnics i creatius degudament inventariats per any i projectes.
- Caldrà que es faci un traspàs de la gestió de la feina a un membre de l'equip de l'ARC-MedWaves.

6. TERMINI D'EXECUCIÓ:

Els treballs objecte d'aquesta licitació es realitzaran de la manera següent:

Per a tots els lots:

El termini d'execució serà des de la signatura del contracte i fins al 31 de desembre de 2023.

7. CONDICIONS DE PAGAMENT:

Lot 1

El pagament dels serveis del lot 1 es farà en pagaments parcials en funció dels lliurables presentats.

Lot 2

El pagament dels serveis del lot 1 es farà en pagaments parcials en funció dels lliurables presentats.

Lot 3

El pagament per als serveis del lot 3 es farà en pagaments parcials.

El 40% de tot l'import es facturarà després de l'entrega de la revisió de l'estratègia de comunicació per les xarxes socials. Posteriorment, el 20 % de l'importa total es facturarà al novembre del 2023. La quantitat restant (40%) es facturarà el desembre del 2023.

Lot 4

El pagament per als serveis del lot 4 es farà en pagaments parcials.

El 40% de tot l'import es facturarà després de l'entrega de la revisió de l'estratègia de continguts. Posteriorment, el 20 % de l'importa total es facturarà al novembre del 2023. La quantitat restant (40%) es facturarà el desembre del 2023.

Lot 5

El pagament per als serveis del lot 4 es farà en pagaments parcials.

El 40% de tot l'import es facturarà després de l'entrega del primer informe i del pla d'acció per dinamitzar i animar la comunitat The Switchers. Posteriorment, el 20 % de l'importa total es facturarà al novembre del 2023. La quantitat restant (40%) es facturarà el desembre del 2023

8. LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI:

Lot 1

El licitador ha de desenvolupar els treballs a les seves pròpies oficines. El licitador haurà d'assegurar la seva disponibilitat per a una reunió de seguiment a les oficines de MedWaves, si la situació ho permet o per vídeo-trucada, reunió en línia. Durant aquestes reunions s'examinarà el progrés del treball, contrastat amb el cronograma presentat pel licitador. L'ARC-MedWaves suggerirà en aquesta seu les millores o modificacions de la feina i es concordaran les conseqüents variacions del cronograma.

Lot 2

El licitador ha de desenvolupar els treballs a les seves pròpies oficines. No obstant, es podran fer reunions de seguiment quan ho demana MedWaves a les seves oficines i haurà d'estar disponible on-line i per telèfon.

Lot 3

El licitador ha de desenvolupar els treballs a les seves pròpies oficines. No obstant, es podran fer reunions de seguiment quan ho demana MedWaves a les seves oficines i haurà d'estar disponible on-line i per telèfon.

Lot 4

El licitador ha de desenvolupar els treballs a les seves pròpies oficines. No obstant, es podran fer reunions de seguiment quan ho demana MedWaves a les seves oficines i haurà d'estar disponible on-line i per telèfon.

Lot 5

El licitador ha de desenvolupar els treballs a les seves pròpies oficines. No obstant, es podran fer reunions de seguiment quan ho demana MedWaves a les seves oficines i haurà d'estar disponible online i per telèfon.

9. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

Es tindran en compte criteris avaluables de forma automàtica i criteris **ponderables en funció d'un judici de valor**. A continuació es detallen els criteris establerts per a l'òrgan de contractació:

9.1. Lot 1. (100 punts)

1. Criteris automàtics (75 punts)

a) Criteri 1: Preu (40 punts)

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment al augment de les respectives ofertes. L'oferta econòmica tindrà un màxim de 40 punts.

Aquesta oferta econòmica s'haurà de presentar en forma de pressupost desglossat i detallat per conceptes i hores segon el model de l'annex 2.1.

Fórmula:

$$\text{Puntuació} = \text{Puntuació màxima} \times [1 - (P - P_{\min}) / P_{\min}]$$

On P és l'import de l'oferta i Pmin és l'import de l'oferta més baixa

b) Criteri 2: Treballs similars realitzats en els últims 5 anys (35 punts)

Es valorarà la quantitat de webs realitzades pel personal adscrit al contracte en els últims 5 anys per a organitzacions que tinguin com a objectiu principal el desenvolupament sostenible en el Mediterrani. La puntuació s'atorgarà en funció de l'informació aportada a l'annex 2.2 i en base a la següent taula:

Realització de webs similars	Punts - Resultats		
	De 1 a 4 webs	De 5 a 9 webs	Més de 10 webs
Numero de webs realitzades en els últims 5 anys per a organitzacions que tinguin com a objectiu principal el desenvolupament sostenible en el Mediterrani	7.75	15.5	35

2. Criteris que depenen d'un judici de valor (25 punts):

a) Criteri 1: Valoració de la memòria tècnica (fins a 25 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 25 punts la presentació de la memòria tècnica. El licitador haurà de presentar una memòria tècnica en la qual s'especifiqui l'enfoc metodològic, i la planificació del treball, d'acord amb el que s'indica a l'aparat 4 del plec tècnic.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament l'enfocament de la forma de treball, el temps i les fases establertes per a desenvolupar la feina. Així mateix, el document també pot incloure informació suplementària de l'organització en relació a la seva capacitat per a desenvolupar les tasques requerides.

9.2. Lot 2 (total 100 punts)

1. Criteris automàtics (75 punts)

a) Criteri 1: Preu (40 punts)

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment al augment de les respectives ofertes. L'oferta econòmica tindrà un màxim de 40 punts.

Aquesta oferta econòmica s'haurà de presentar en forma de pressupost desglossat i detallat per conceptes i hores segon el model de l'annex 3.1.

Fórmula:

$$\text{Puntuació} = \text{Puntuació màxima} \times [1 - (P - P_{\min}) / P_{\min}]$$

On P és l'import de l'oferta i P_{min} és l'import de l'oferta més baixa

b) Criteri 2: Treballs similars realitzats en els últims 5 anys (35 punts)

Es valorarà la quantitat de material gràfic i audio-vídeo (imatges i vídeos) dissenyats en els últims 3 anys pel personal adscrit al contracte en el domini de la sostenibilitat o en temàtiques relacionades amb el medi ambient.

L'avaluació es farà en base a la següent taula, segons la informació aportada a l'annex 3.2:

Treballs similars (domini: desenvolupament sostenible)	Punts - resultats		
	De 1 a 4 materials	De 5 a 9 materials	Més de 10 materials
Concepció i disseny de campanyes (micro i macro) de comunicació i aplicacions gràfiques	3.75	7.5	15
Disseny i producció de material gràfic en anglès: informes, brochures, roll-ups	2.5	5	10
Disseny i producció de petits vídeos o clips (fins a max. 3 minuts) amb subtítols i adaptats per a xarxes socials	2.5	5	10

2. Criteris que depenen d'un judici de valor (25 punts):**a) Criteri 1: Valoració de la memòria tècnica (fins a 25 punts)**

Es valorarà fins a un màxim de 25 punts la presentació de la memòria tècnica. El licitador haurà de presentar una memòria tècnica en la qual s'especifiqui la planificació del treball, d'acord amb el que s'indica a l'aparat 4 del plec tècnic.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament la forma de treball, el temps i les fases establertes per a desenvolupar la feina. Així mateix, el document també pot incloure informació suplementària de l'organització en relació a la seva capacitat per a desenvolupar les tasques requerides.

9.3. Lot 3 (total 100 punts)**1. Criteris automàtics (75 punts)****a) Criteri 1: Preu (40 punts)**

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment al augment de les respectives ofertes. L'oferta econòmica tindrà un màxim de 40 punts.

Aquesta oferta econòmica s'haurà de presentar en forma de pressupost desglossat i detallat per conceptes i hores segon el model de l'annex 4.1.

Fórmula:

$$\text{Puntuació} = \text{Puntuació màxima} \times [1 - (P - P_{\min}) / P_{\min}]$$

On P és l'import de l'oferta i P_{min} és l'import de l'oferta més baixa

b) Criteri 2: Experiència Xarxes Socials (35 punts)

Es valorarà l'experiència del personal adscrit al contracte en gestió de xarxes socials de projectes europeus centrats en l'economia circular en anglès, francès i àrab.

L'avaluació es farà en base a la següent taula, segons la informació aportada a l'annex 4.2:

Experiència en gestió de xarxes socials	Punts - resultats		
	De 1 a 2 anys d'experiència	De 2 a 3 anys d'experiència	Més de 3 anys d'experiència
Creació i publicació de continguts en anglès, francès i àrab per a projectes europeus centrats en el desenvolupament sostenible	13.75	17.5	25
Producció d'informes de resultats i anàlisis de rendiment a les xarxes socials per a projectes europeus centrats en el desenvolupament sostenible	4.5	7.5	10

2. Criteris que depenen d'un judici de valor (25 punts):

a) Criteri 1: Valoració de la memòria tècnica (fins a 25 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 25 punts la presentació de la memòria tècnica. El licitador haurà de presentar una memòria tècnica en la qual s'especifiqui la planificació del treball, d'acord amb el que s'indica a l'aparat 4 del plec tècnic.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament la forma de treball, el temps i les fases establertes per a desenvolupar la feina. Així mateix, el document també pot incloure informació suplementària de l'organització en relació a la seva capacitat per a desenvolupar les tasques requerides.

9.4. Lot 4 (total 100 punts)

1. Criteris automàtics (75 punts)

a) Criteri 1: Preu (40 punts)

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment al augment de les respectives ofertes. L'oferta econòmica tindrà un màxim de 40 punts.

Aquesta oferta econòmica s'haurà de presentar en forma de pressupost desglossat i detallat per conceptes i hores segon el model de l'annex 5.1.

Fórmula:

$$\text{Puntuació} = \text{Puntuació màxima} \times [1 - (P - P_{\min}) / P_{\min}]$$

On P és l'import de l'oferta i P_{min} és l'import de l'oferta més baixa

b) Criteri 2: Treballs similars realitzats en els últims 5 anys (35 punts)

Es valorarà la quantitat d'articles escrits en anglès sobre els temes: cooperació internacional, convencions internacionals, sostenibilitat. La puntuació s'atorgarà en funció de l'informació aportada a l'annex 5.2 i en base a la següent taula:

Realització de articles de comunicació i divulgació	Punts - Resultats		
	De 1 a 10	De 10 a 20	Més de 20
Articles escrits i publicats per terçeres parts en anglès sobre els temes: cooperació internacional, convencions internacionals, sostenibilitat	7.75	15.5	35

2. Criteris que depenen d'un judici de valor (25 punts):

a) Criteri 1: Valoració de la memòria tècnica (fins a 15 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 15 punts la presentació de la memòria tècnica i del cas de estudi.

El licitador haurà de presentar una memòria tècnica en la qual s'especifiqui la descripció de la planificació del treball, d'acord amb el que s'indica a l'aparat 4 del plec tècnic.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament la forma de treball, el temps i les fases establertes per a desenvolupar la feina. Així mateix, el document també pot incloure informació suplementària de l'organització en relació a la seva capacitat per a desenvolupar les tasques requerides.

b) Criteri 2: Valoració del cas de estudi (fins a 10 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 10 punts la presentació del cas de estudi en anglès.

El licitador haurà de presentar la resposta al cas de estudi en el qual s'especifiqui el contingut dels apartats mencionats al apartat 9.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament els punts especificats en el cas de estudi..

Cas d'estudi (a formular en anglès): Llançament d'una campanya, un mes abans de la COP23 de la convenció de Barcelona (desembre 2023), per promoure i donar visibilitat als missatges clau i la missió del centre en el marc de la COP23.

- una estratègia (una pàgina);
- un pla d'acció (format lliure), incloent una proposta de calendari de continguts;
- una descripció de les eines i processos que el licitador tingui previst utilitzar per al seguiment de les accions.

9.5. Lot 5 (total 100 punts)

1. Criteris automàtics (75 punts)

a) Criteri 1: Preu (40 punts)

L'oferta més econòmica obtindrà la màxima puntuació, i per a la resta disminuirà la puntuació proporcionalment al augment de les respectives ofertes. L'oferta econòmica tindrà un màxim de 40 punts.

Aquesta oferta econòmica s'haurà de presentar en forma de pressupost desglossat i detallat per conceptes i hores segon el model de l'annex 6.1.

Fórmula:

$$\text{Puntuació} = \text{Puntuació màxima} \times [1 - (P - P_{\min}) / P_{\min}]$$

On P és l'import de l'oferta i $P_{\min}$ és l'import de l'oferta més baixa

b) Criteri 2: Treballs similars realitzats en els últims 5 anys (35 punts)

Es valorarà la quantitat de xarxes i comunitats temàtiques dinamitzades i la quantitat de eines informàtiques dirigides per el licitador. La puntuació s'atorgarà en funció de la informació aportada a l'annex 6.2 i en base a la següent taula:

Treballs similars	Punts - Resultats		
	De 1 a 4	De 4 a 8	Més de 8
Xarxes o comunitats en què el licitador ha tingut un paper de dinamitzador o leader	13.75	17.5	25
Eines d'informació (internes o externes) creades i gestionades directament pels licitadors, associant múltiples actors (xarxes, consorcis, comunitats temàtiques).	4.5	7.5	10

2. Criteris que depenen d'un judici de valor (25 punts):

a) Criteri 1: Valoració de la memòria tècnica (fins a 15 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 15 punts la presentació de la memòria tècnica i del cas de estudi.

El licitador haurà de presentar una memòria tècnica en la qual s'especifiqui la planificació del treball, d'acord amb el que s'indica a l'aparat 4 del plec tècnic.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament la forma de treball, el temps i les fases establertes per a desenvolupar la feina. Així mateix, el document també pot incloure informació suplementària de l'organització en relació a la seva capacitat per a desenvolupar les tasques requerides.

b) Criteri 2: Valoració del cas de estudi (fins a 10 punts)

Es valorarà fins a un màxim de 10 punts la presentació del cas de estudi en anglès.

El licitador haurà de presentar la resposta al cas de estudi en el qual s'especifiqui el contingut dels apartats mencionats al apartat 9.

Aquesta presentació es pot fer a través d'un document en què s'expliqui clarament els punts especificats en el cas de estudi..

Cas d'estudi (a formular en anglès): Pla d'acció per dinamitzar i animar un canal de comunicació (FACEBOOK) de The Switchers, format per 360 membres de tota la regió mediterrània:

- una estratègia (una pàgina);
- un pla d'acció (format lliure), incloent una proposta de calendari de continguts;
- una descripció de les eines i processos que el licitador tingui previst utilitzar per al seguiment de les accions.

10. Annex

Annex 1. Brochure "The Switchers Support Programme"

Annex 2.1 Valoració Oferta Econòmica LOT 1

Annex 2.2 Valoració Treballs Similars LOT 1

Annex 3.1 Valoració Oferta Econòmica LOT 2

Annex 3.2 Valoració Treballs Similars LOT 2

Annex 4.1 Valoració Oferta Econòmica LOT 3

Annex 4.2 Valoració Treballs Similars LOT 3

Annex 5.1 Valoració Oferta Econòmica LOT 4

Annex 5.2 Valoració Treballs Similars LOT 4

Annex 6.1 Valoració Oferta Econòmica LOT 5

Annex 6.2 Valoració Treballs Similars LOT 5

The Switchers Support Programme

Support for the creation and development
of green, circular business models and
enterprises



the
Switchers
Support Programme

We are the Switchers Support Programme

Table of contents



1. What is the Switchers Support Programme?.....	6-7
• The Switchers.....	8-11
2. Our approach.....	12-13
3. How does it work?.....	14-17
4. How can green entrepreneurs benefit from our programme?.....	18-19
5. The programme is for you if.....	20-21
6. Why is the programme unique?.....	22-25
7. We also collaborate with.....	26-27
8. Programme Service offer.....	28-29
• Training.....	30-37
• Incubation.....	38-39
• Creating networking opportunities.....	40-41
• Access to finance.....	42-45
• Enabling access to market.....	46-49
• Policies enabling circular economy business models.....	50-53
9. How can Business Support Organisations benefit from the programme?.....	54-57
10. Our achievements.....	58-59
11. Business cases of our green entrepreneurs.....	60-67
12. Who are we?.....	68-69
13. Partners and supporters.....	70-71

What is the Switchers Support Programme?



The Switchers Support Programme works to create an enabling ecosystem for entrepreneurs and small and medium-sized enterprises in the Mediterranean pursuing Circular Economy business models. The Switchers Support Programme works closely with young entrepreneurs that develop sustainable products and services and carefully engages with a wide range of partners, including policy-makers, business intermediaries and impact financing institutions. It is a unique regional programme supporting green entrepreneurs to design, develop and accelerate their green and circular business models, and is intended to act as the main catalyser of green innovation and green employment as strategic sectors for development in the Mediterranean region.

Specifically, the Programme provides entrepreneurs, business support organisations and local communities with business development services, networking opportunities and, most importantly, access to finance services.

The Switchers Support Programme has been financed by the EU-funded SwitchMed Initiative, EU-funded ENI CBC MED Green Impact MED Project, Catalan Waste Agency, MAVA Foundation and the OSCE. Currently, activities benefit the private and public sector actors in eight countries, namely Algeria, Egypt, Israel, Jordan, Lebanon, Morocco, Palestine and Tunisia.

The Switchers: inspiring changemakers who are switching towards a cleaner Mediterranean



The Switchers is a community of inspiring green entrepreneurs and changemakers in the Mediterranean region. Switchers are individuals, enterprises or civil society organisations implementing innovative ecological and social solutions that contribute to a switch to sustainable and fair consumption and production models. They are active in a variety of fields, including organic farming, sustainable tourism, waste management, organic textile, recycling of electronic waste, sustainable building, organic cosmetics production, among others. Most importantly, the Switchers is a community with a voice and a meeting place for people in the region who are passionate about shaping their environment towards a more sustainable future.

For the Switchers, circular economy solutions are at the heart of their business models and also inspire them to seek ways to innovate and achieve even higher levels of environmental sustainability in the design of products and services they provide. Together, these important economic actors are making significant progress towards one of the region's key sustainable development objectives: to accelerate the shift to more sustainable modes of consumption and production. In doing so, they are setting a positive example of how economic growth can also lead to protection of the Mediterranean and its precious, limited natural resources.



Our approach

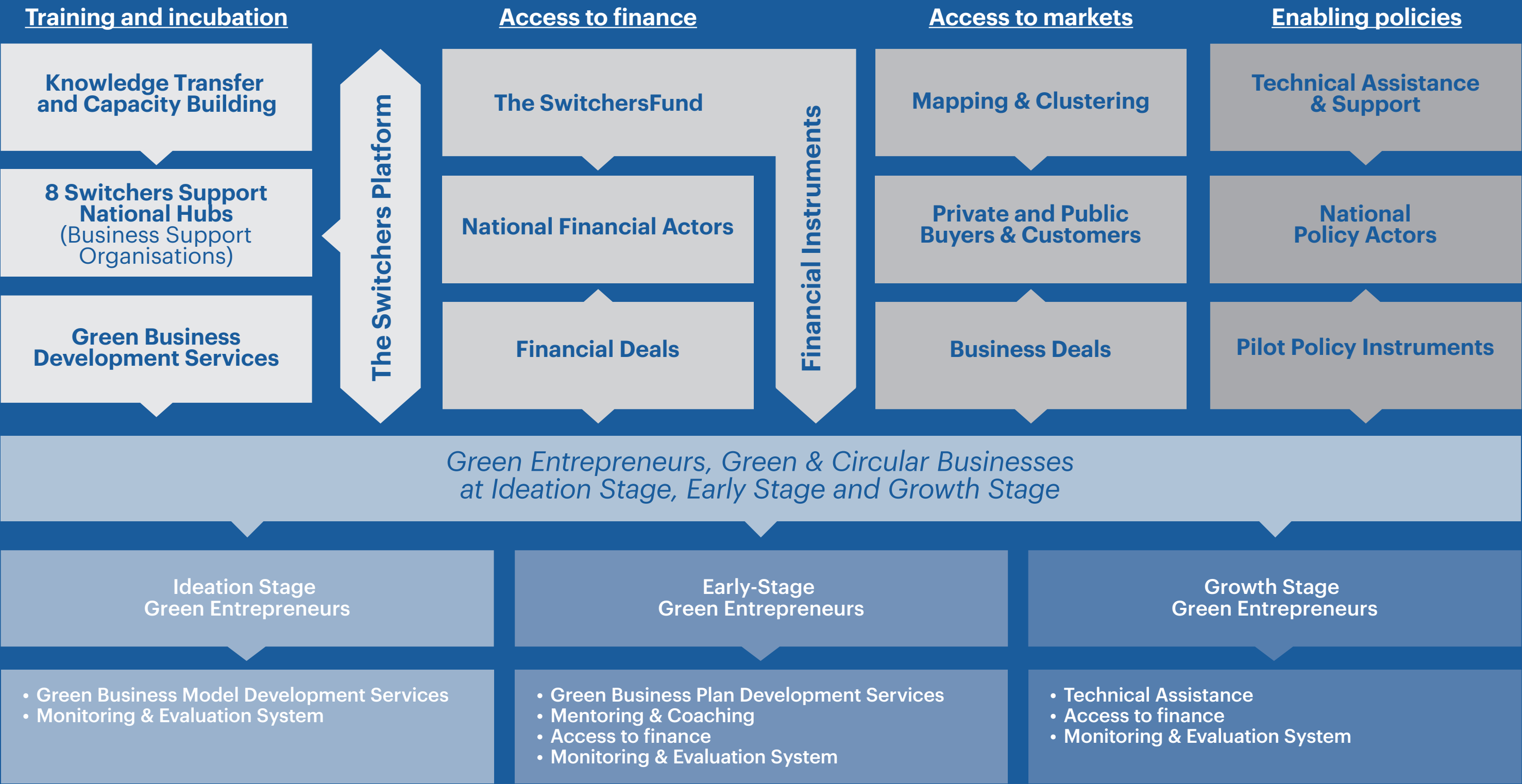


- We build local capacities in the field of Green and Circular Economy.
- We engage with a wide range of partners including policy-makers, business intermediaries and impact financing institutions both at regional and national levels.
- We connect and bring together all stakeholders in the field of circular businesses and create synergies by sharing experiences with other like-minded change makers and amongst other key players.
- We boost green growth by accelerating and facilitating new circular businesses ideas and showcasing.

How does it work?

Through the Green Entrepreneurship, Networking and Policy Facilities, the Switchers Support Programme works for the creation and development of green and circular business models at regional and national

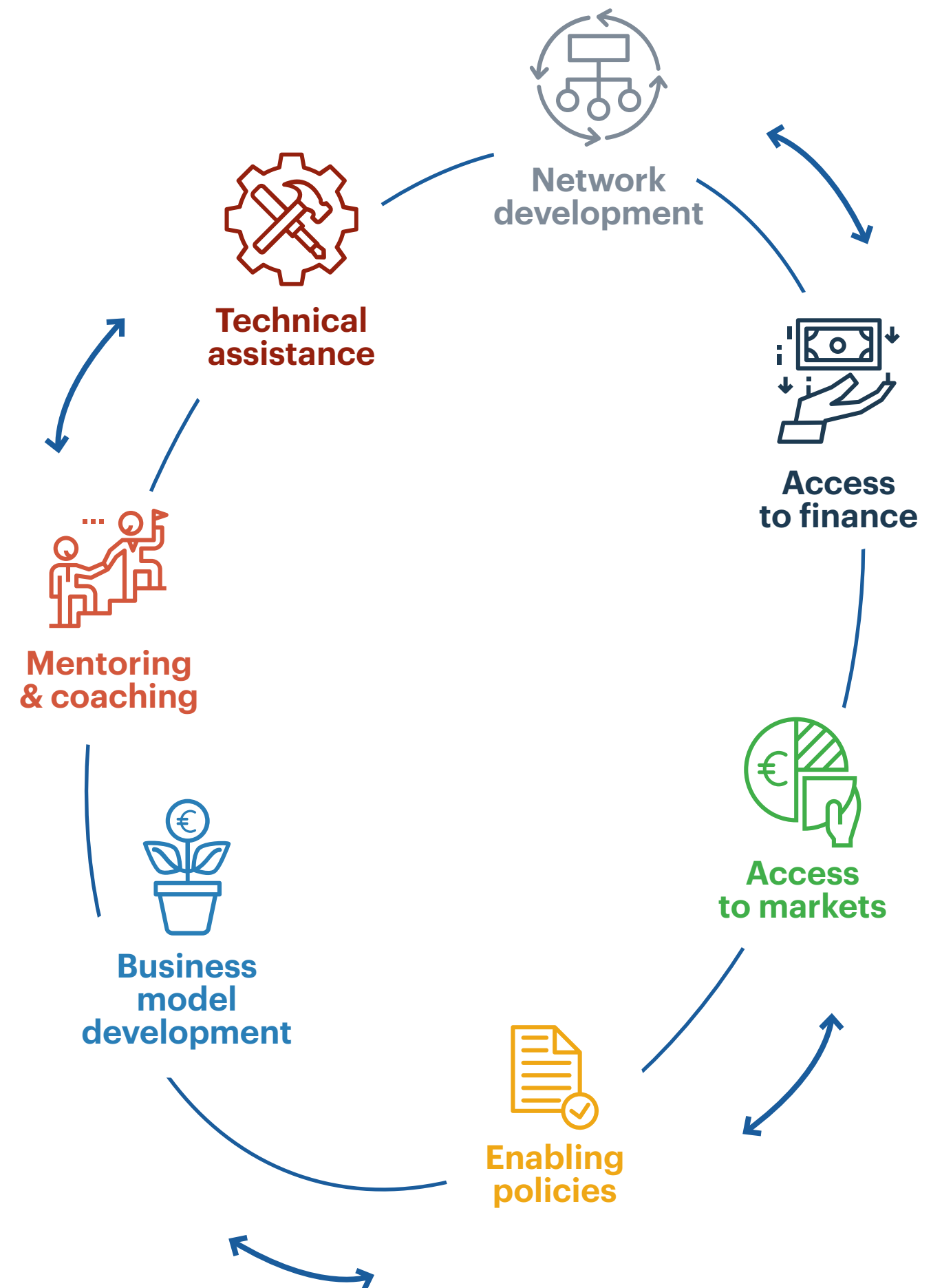
levels by providing green business development via training, coaching and incubation, access to finance, access to markets and enabling policies.





**200 new green
businesses have been
established, providing
around 1,000 jobs.**

How can green entrepreneurs benefit from our programme?



The programme is for you if...



- You are looking to boost your entrepreneurial spirit.
- You would like be guided through your entrepreneurial journey, from defining the idea to the commercialisation of products and services.
- You wish to launch a business that is capable of generating added value at all levels: economic, environmental and social.
- You are an ideation or early stage entrepreneur who wishes to discover entrepreneurial solutions to their challenges.
- You wish to partner with like-minded organisations, share experiences and get inspired by them.

Why is the programme unique?



1

Inclusive and interdisciplinary approach
The Green Business Model Development service uses an inclusive and interdisciplinary approach allowing a greater outreach in terms of rural/urban patterns and targeted population.

2

Innovative methodology
The training methodology on green business development and knowledge creation is highly relevant and applicable to the local context and needs of the green entrepreneurs.

The incubation methodology is perceived as relevant and appropriate with high-quality standards and tools clearly defining the steps involved in the process.

3

Effective training delivery methods
Quality delivery mechanisms are ensured using extended mentoring methodology combining face-to-face mentorship and practical work over a longer period than other support programmes, taking into account also the cultural local context.

4

High quality local trainers
Top notch trainers who are experienced in the support and assistance of entrepreneurs and in the creation of start-ups and enterprises.



5

Tailor-made technical expertise

High-quality technical expertise provided, enabling quality delivery mechanisms and accelerating the business life cycle of green entrepreneurs.

6

Outstanding networking opportunities

It provides strong and far-reaching networks that allow foster visibility and attractiveness of green and circular business models, as well as engagement and commitment among local stakeholders.

7

Access to finance

Needs-based approach is used to design the access to finance services for green entrepreneurs at ideation, early and growth stages.

8

Great exposure for your business

Online, easy-to-use web platform increases visibility and exposure for green entrepreneur products and services.

9

Enabling policies

Facilitate participatory policy-making approaches, as they contribute to the ownership of green business support programmes by national actors increasing quality delivery mechanisms.

We also collaborate with...



The supporting partners in the Switchers' business ecosystem can be grouped into three main target groups:

- Business service providers to the Switchers including financing services (incubators, trainers, mentors, technical experts, financial institutions), also called Business Support Organisations (BSOs);
- Corporate buyers and customers of the Switchers (retailers, manufacturers, big brands);
- Local authorities (municipalities) & national governments (ministries).

Programme Service offer



A set of services has been designed, prototyped and tested to support ideation and early stage green entrepreneurs in the Mediterranean as part of the Switchers Support Programme.

The programme offers support to businesses through 6 elements:

- Training (Business development plan)
- Incubation (Mentoring & coaching and external technical assistance)
- Creating networking opportunities
- Access to finance
- Access to market
- Policies enabling circular economy business models

Training



This training is a 5-day training programme on green business model development, delivered over a 3 month period, accompanied by a simplified on-line support service between the training sessions, in which trainees design and test their business ideas. It is based on a theoretical, hands-on learning methodology developed by the SCP/RAC aimed at training green entrepreneurs to transform their business ideas into a sustainable and successful business model.

The methodology – comprised of a handbook and workbook on green business model development and green business plan development & incubation– guides green entrepreneurs through the entire process of growing their green business idea into a full-fledged enterprise. The methodology also provides tools and tests the green entrepreneur's business models, by explaining step by step how to validate the business model's hypothesis with targeted customers and stakeholders.

During the training workshops, the trainees create a business model with the help of the business model canvas, based on a previous business idea that solves an environmental challenge, and a lean start-up approach. As of today, the training programme has been implemented in eight countries within the MENA region.

“The training programme requires green entrepreneurs to reflect on and articulate how their business idea will bring value to the economy, the environment and the community. Through the practical exercises, entrepreneurs must clearly identify the underlying problems and needs they are addressing, map their stakeholders, interview potential customers, document their mission and their environmental and social value proposition. Also they learn to evaluate the resources and energy needed to create their product or service and think about how they will generate revenue streams, amongst other activities.”

Programme overview

Sketch and Build Module

- Overview of the Methodology
- Sketch your business idea
- Identify problems and needs
- Understand the context
- Set your goals, your mission and vision
- Stakeholders
- Customer segments
- Value proposition
- Test (test the value proposition- customers- stakeholders)
- Channels and relationships

Green entrepreneurs' homework

- Entrepreneurs submit their questions and work on their business project, developing all the requested exercises in detail.

Eco-design, finance and testing of hypothesis module

- Pivoting the value proposition
- Key activities and resources
- Eco-design
- Cost structure
- Revenue streams
- Test hypothesis and prototype

Green entrepreneurs' homework

- Entrepreneurs submit their questions and work on their business project, developing all the requested exercises in detail.

Review and pitch module

- Review of concepts
- Lessons learn from the tests
- Green business canvas and business model test

1

Sketch & Set:

You will be asked to sketch your idea and reflect on the reasons behind this idea, asking yourself “why” you want to make it happen

2

Build:

You will design your project by means of the green business canvas

3

Test:

You will need to set your personal assumptions aside and rigorously validate your idea, by testing your proposal based on real market conditions and a hypothesis-driven approach

4

Implement:

Once the model is market-validated, you will plan the functioning and development of the project, by projecting into the future and making estimations of sales, costs and other resources needed (financial plan)

5

Measure & Improve:

Lastly, when your business is up and running, you will put a continuous improvement plan into place thereby measuring the impact of your initial objectives and looking at how to better these

Who is it for?

Active, creative thinkers and doers who want to be green entrepreneurs, innovators and changemakers.

What will you learn?

You'll discover how to launch and manage new green businesses. You'll learn to transform your idea into a concrete green business model, implement and manage in-company innovation strategies and systems. And you'll also develop the ability to navigate the start-up funding process.

The overall goal of the training programme is to provide with knowledge and skills to selected green entrepreneurs to better shape their business idea by developing a green business canvas and a green business model.

Your professors

Local trainers with proven experience in the training of entrepreneurs and in the creation of start-ups and enterprises. They also have great knowledge on forward-looking green projects and experience in a field associated with green entrepreneurship.



Incubation

The Switchers Support Programme's incubation phase includes coaching, mentoring and technical assistance.

Coaching includes one-on-one coaching of 10 hours for the two best business model canvases in each country to further improve and develop the business models. An International High Level Jury will review the business models and select the entrepreneurs that will receive a tailored follow-up advisory service. The best local trainers are selected as coaches.

Mentoring includes 40 hours of one-on-one mentoring which runs for up to 32 weeks. Each entrepreneur is assigned a local mentor. Meetings are usually held in person with up to 30% of meetings conducted via phone and/or Skype. Entrepreneurs are asked to invest 20 hours per week during the incubation period (640 hours in total).

Technical assistance includes support from a series of technical experts that is customised according to the green entrepreneur's needs to develop their Green Business Plan and to launch their product on the market.

Creating networking opportunities



A set of actions and tools have been deployed:

1. The Switchers Community

There are nearly 400 Switchers showcased in the Switchers platform. They are all shining examples of how circular economy approaches can lead to business opportunities and also drive innovation that benefits people and the environment.

2. SwitchMed Business to Business grant Facility

The programme provides Switchers with financial support and contacts to relevant events, such as conferences, fairs or workshops, so they can present their story and promote their products/services.

3. The SwitchMed Connect

SwitchMed Connect is the flagship event of the SwitchMed programme, bringing together entrepreneurs, start-ups, policy makers, industry experts, financial institutions, public and private actors to facilitate networking, and building synergies, exchange knowledge, and scale up eco and social innovations. The programme features a unique blend of expert discussions, entrepreneurial stories, best cases and hands-on applications about green and circular economy planning and implementation in the South and North Mediterranean countries.

Access to finance



The task of procuring finance is one of the toughest challenges faced by an entrepreneur. To overcome this, the SwitcherFund was created in 2017 through a partnership with the European Federation of Fair Banks (FEBEA), as a tool to provide and facilitate direct funding and business support services to existing and future green, circular and social entrepreneurs in the Mediterranean region. It mobilises local investors and enterprise support programmes as well as European resources to strengthening start-up projects and raise additional funds for the Mediterranean region.

The SwitchersFund serves serves as convening platform for private funders including foundations, private donors, ready-to-invest impact investors, to identify projects in the Mediterranean. It can also serve as a means to pool different financial resources into a structured process that brings entrepreneurs from the ideation phase towards sustainability.

The SwitchersFund offers to entrepreneurs:

- Impact measurement monitoring and reporting scheme
- Grants from 3.000€ to 25.000€
- Innovative vouchers from 3.000€ to 10.000€
- Availability of finance guidelines and web tools such as practical financial toolkit to better access to finance and a guide to launch a crowdfunding campaign
- Opportunity to pitch at the “Green start-up meet investors” events including access to a wide network of potential investors
- Opportunity to attend business to business events
- Networking with peers, donors and policy makers



Impact
measurement
and reporting



Grants and
innovative
vouchers



Green start-ups
meet investors



Business and
networking
opportunities



Financial and
crowdfunding
tools

Enabling access to market



The main objectives of the Switchers Support Programme on access to markets are:

- To support Switchers to market their products by providing them capacity building and knowledge creation and, facilitating the sale of their products and services at national and international level.
- To stimulate the demand for sustainable products and services by engaging buyers, retailers and producers in their innovation and green procurement actions and in their product portfolio.

Services to entrepreneurs, notably early stage are:

- Capacity building and technical assistance on target market identification, penetration and expansion for green products and services, depending on their stage of development (i.e. marketing strategy, green labels, export concepts etc.).
- Facilitation of deals at the value chain level by improving value addition and inclusion of green entrepreneurs in the value chain of companies and facilitating exporting through partnerships.
- Encourage other businesses to adopt the partnership model in the sector and its supporting industries to build or integrate a sustainable and inclusive supply chain.
- Opportunity to promote their products and services via the switch-products online platform.

- Opportunity to attend business events so they can make relevant business connections and extend their network, especially with regards to building up their existing market and accessing new markets.
- Development of a green products and services catalogue to be distributed among national and international (European) retailers and distributors of sustainable products for stimulating their interest and procurement.

In addition to those,

- An open innovation platform developed to post and disseminate the challenges, to link companies to creative solutions and thus facilitate the matchmaking between the seeker of innovative circular economy solutions and the solver (green entrepreneur).
- Engagement models developed between green entrepreneurs, SMEs and other supply-chain actors - such as exporters, processors, public procurement actors, retailers-, based on the pre-matchmaking and on the interest shown by the different actors.



Policies enabling circular economy business models



The shift from traditional linear to innovative green and circular business models won't be achieved without a solid enabling policy environment. This must be coupled with strengthened business support organisations and appropriated financial instruments at the regional and national levels.

Likewise, proper policy dialogue mechanisms should be facilitated in order to take effective decisions fully in line with the real needs expressed by green entrepreneurs.

During the last years, SCP/RAC, through the SwitchMed programme, organised a numbers of synergy workshops and collected a large list of challenges faced by green entrepreneurs that could be minimised or reduced with an increased policy support to innovative green and circular business models.



Photo credit @Bernat Mestres (White Horse)

On this basis, the Switchers Support Programme works both at national and regional level.

- At the national level, it will provide technical support, peer-to-peer mechanisms to improve or create new policy tools facilitating the creation, supporting and sustaining green and circular businesses.
- At the regional level, the Switchers Support Programme will work on the selection of a key set of measures to be endorsed by the 22 Contracting Parties of the Barcelona Convention for the Protection of the Marine Environment and Coastal Region of the Mediterranean. The identification of such common criteria and set of measures will aim at providing a common understanding of innovative green and circular businesses, stimulating the market for sustainable products and services and facilitating investments in green entrepreneurship projects. It would also promote policy coherence among the Mediterranean countries and synergies among national stakeholders.

Within this area, a large range of stakeholders will be engaged, from Ministries and BSOs such as export desks, labelling agencies, to financing institutions for stimulating the market access for Switchers.

How can Business Support Organisations benefit from the programme?

As part of the Switchers Support Programme a new collaborative agreement will be established bringing together Business Development Service Provider (BDSP), including public and private organisations, targeting green entrepreneurs and circular businesses or willing to start supporting green business development, setting up the Switchers Support National Partnership (SNP) in the beneficiary countries. In addition, a Local Partner will be assigned to act as a coordinator within the SNP in each target country.

If you are a Business Development Service Provider (BDSP) such as Training Institutions, Business Development Centres, Business Incubators, Accelerators, Facilitation Centres, Chambers of Commerce, Financial Actors, Universities, Business Councils, Innovation Centres, or Co-working Spaces with the potential to reach Switchers in different stages of their business development you can benefit from the Switchers Support Programme by joining the Switchers Support National Partnership.

To this end, a set of services has been designed to empower and strengthen business support services for the creation, incubation and acceleration of green and circular businesses, by:

- Providing a complete set of Green Business Development methodologies and tools available online as well as training on the green entrepreneurship methodologies and toolkits;
- Channelling support to Switchers;
- Promoting additional Green Business Development common activities and strategies by encouraging them to collaborate in the promotion of the consumption of green entrepreneurs' products and services. Discussion groups among the members of the Partnerships will be organised to develop recommendations and action lines.

Programme overview:

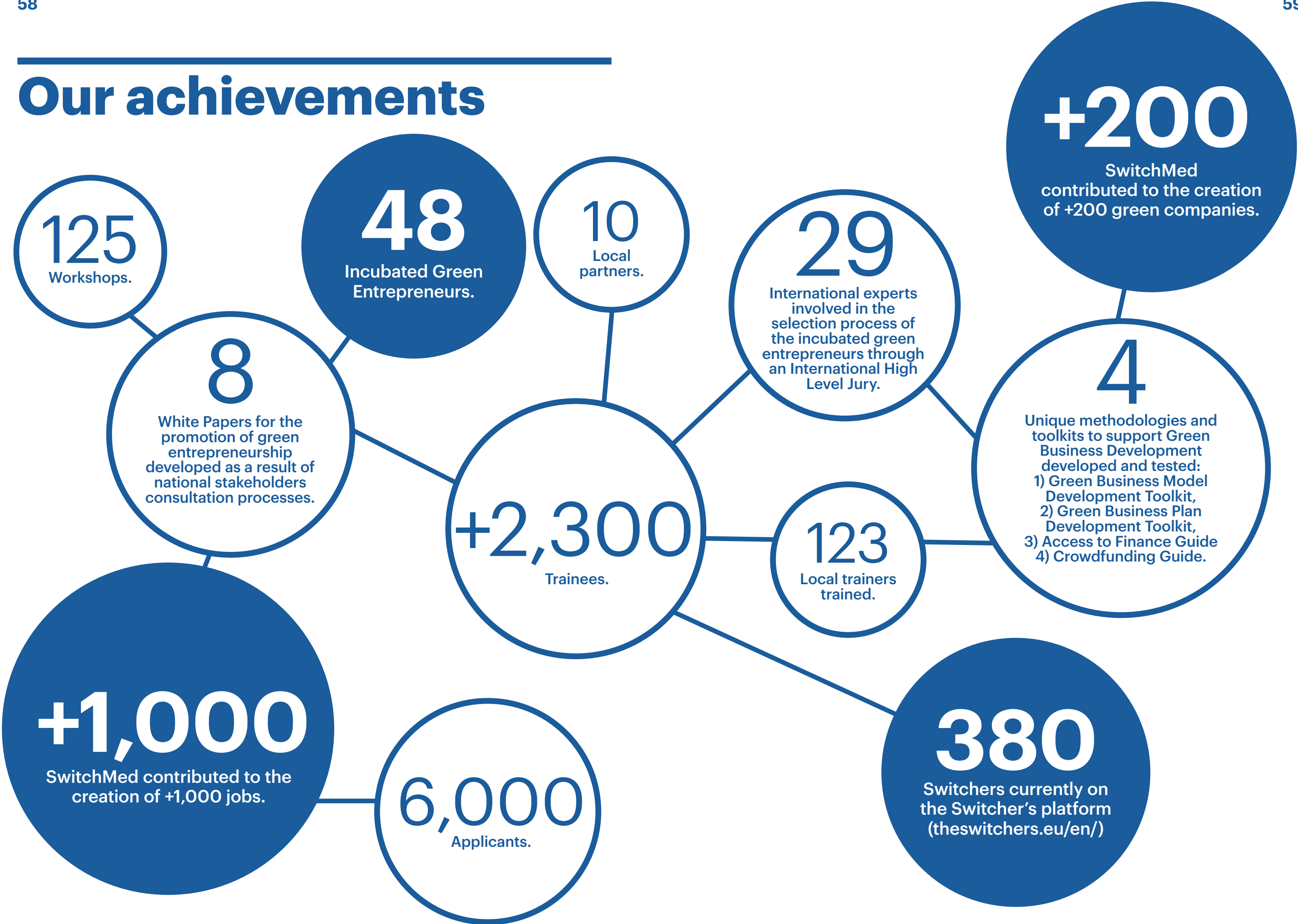
A series of practical workshops will be held in each target country to train 5 to 10 Business Development Service Providers (BDSP) in the use of the different tools.

- 5-Day Workshop on The Green Business Model Development Toolkit
- 3-Day Workshop on Green Business Plan Development Toolkit
- 2-Day Workshop on Access to Finance Guide
- 1-Day Workshop on The Switchers' Monitoring, Evaluation, Accountability and Learning (MEAL) System
- 1-Day Workshop on Eco-design Tool and Food Packaging module

In addition, the Switchers Support Programme also provides regional assistance to all the Support National Partners through the following activities:

- Facilitate technical support to the members (advice in the use of the methodologies and tools, provision of new tools, capitalization of experiences, etc.);
- Support for the sustainability and the scaling up of the activities at national and regional level (develop revenue models for the members and the SNP, etc.);
- Support to the implementation of the Work Plans of the SNP in the countries (engage donors and other actors, providing advice, etc.);
- Promote the exchange of experiences, knowledge and best practices at national and regional level.

Our achievements



Business cases of our green entrepreneurs

the
Switchers
Support Programme



Photo credit: © Bernat Mestres (White Horse)



Rima Dates, Algeria



Photo credit: © Pxsphere

Sector: Agriculture

Rima Dates is a date farming family business from the south of Algeria. During the years, Hammou Boussada and his family, realised that 60% of date production ended up as cattle feed because is not the varieties that market asks for. Rima Dates acknowledged that and started making use of unwanted fruits, all while providing income to farmers.

Support received:

- Green Business Canvas & Green Business plan training and coaching
- Mentoring and Technical Assistance
- 15.000€ grant

Impact:

- 14 tonnes of low grade dates valorised into by-products (represents a 100% increase on their initial 7 tonnes)

“We are now able to valorise 14 tons of low grade dates into by-products, which represents a 100% increase from our initial seven tonnes.”

Hammou Boussada, founder of Rima Dates

- 4 new products developed
- 2 new female employees hired
- 100 kg. reduction in cellophane used per year
- 50% reduction of electricity consumption within their overall production cycle
- 400% increase of vinegar production (from 3,000 litres to 15,000 litres per year)
- 200 grams of oil extracted from 4 kg of date seed: lab test on date seed oil demonstrates a business case for use of date seed oil in cosmetics
- 40% time saving achieved in terms of their packaging cycle

Lina Energy LE, Jordan



Photo credit: © Bernat Mestres (White Horse)

Sector:

Renewable energy and Sustainable construction

Lina Al-Kurdi is the founder of Lina Energy – LE, the first company in Jordan to specialise in designing and installing green roofs, insulating buildings at the same time as improving energy efficiency and air quality.

Lina Energy believes in the need to restore green spaces that are being lost for construction projects, resulting in environmental and energy challenges affecting us on many levels such mental and physical health.

“For any green entrepreneur the most sensitive part is the financial part. It enables you to hire people, to buy equipment and so on. So, when I learnt that I was the winner of the GEM OSCE Award prize of 15.000€, I was thrilled and actually relieved because it enabled me to upgrade my nursery as well as increase my production capacity.”

Lina Al-Kurdi, founder of Lina Energy

Support received:

- Training in Green Business Canvas development
- 8 months incubation support to develop the Green Business plan
- Mentoring and external support from 2 technical advisors
- Communication skills training to pitch to investors
- 15.000€ grant

Impact:

- Direct contribution to the climate change crises with a reduction of 82,500 Kg. of CO₂ emission
- 7,000 m² of increased production

ENRD²-Engrais Bio, Morocco



Photo credit: © Bernat Mestres (White Horse)

Sector:

Renewable energy and sustainable waste management

ENRD²-Engrais Bio, is the venture created by Khaoula Remmal, that aims to give new life to organic waste. ENRD²-Engrais Bio assist and advise cattle farms to install biogas plants that transforms the organic waste into renewable energy used for electricity, heating and fertiliser.

Support received:

- Training in Green Business Canvas development
- 8 months incubation support to develop a Green Business plan
- Mentoring & external support from 2 technical advisors
- Networking & knowledge exchange opportunities with other entrepreneurs from the region

“Our organic waste recycling project has also a positive social impact as 24 permanent jobs will be created for a period of 10 years.”

Khaoula Remmal, founder of ENRD²

Impact:

- 32 tonnes of organic waste per cow per month collected
- 3,400 tonnes of organic waste per year saved
- 38 million tonnes of CO₂ avoided (By 2020)
- 40% reduction of organic waste (sludge to be treated)
- Creation of 24 full time jobs over 10 years
- 155 tonnes of compost re-used per year, producing an average of 400 m³ of biogas & thermal energy, covering the total energy needs of a cattle farm and part of the dairy production unit

Who are we?



The Mediterranean Action Plan (MAP) is a Regional Seas Programme under the umbrella of the UN Environment Programme that brings together the 21 Mediterranean neighbouring countries. MAP provides support to those countries in the implementation of the Convention for the Protection of the Marine Environment and the Coastal Region of the Mediterranean, the so-called Barcelona Convention. The Regional Activity Centre for Sustainable Consumption and Production (SCP/RAC) is one of the centres belonging to MAP. It is mandated by the Contracting Parties of the Convention to promote Sustainable Consumption and Production in the Mediterranean region. In order to accomplish that mission the center provides knowledge, training, advice and networking opportunities to businesses, entrepreneurs, financial agents, civil society organizations and governments that work to provide Mediterraneans society with innovative services and products that are good for the people and for the planet. The center provides technical assistance to the Contracting Parties to the Barcelona Convention to adopt SCP as integrated approach to decouple development from pollution and environmental. Likewise SCP/RAC supports green entrepreneurs and change makers driving eco and social innovations in the Mediterranean by providing training, technical and financial advice, jointly with a network of strategic local partners and local trainers. Moreover, SCP/RAC works closely with financial agents to establish mechanisms that enable entrepreneurs and small companies that provide SCP solutions access to funding.

Partners and supporters



The Switchers Support Programme requires partners at different levels and geographic scope to ensure effectiveness and long-term sustainability.

At the regional level, the level of engagements is:

1) Associated Partners: These are partners who are ready to engage in the implementation of activities. This kind of partnership often involves a financial exchange and a Memorandum of Understanding.

2) Supporting Partners: These are partners who are already familiar with the organisation. We share the same interests but collaboration with these partners is less tangible. We inform them and keep informed about each other's actions in case more tangible opportunities arise.

At the national level in order to achieve the programme goals a multi-stakeholder approach is needed. The programme will involve a range of actors including Government officials, industries, entrepreneurs, business support organizations and civil society, among others.

Please contact us directly if you are looking to partner with us. **We look forward to hearing from you!**

the Switchers

Support Programme

The Switchers Support programme is hosted by the Regional Activity Centre for Sustainable Consumption and Production (SCP/RAC).

Sant Pau Art Nouveau Site –
Nostra Senyora de la Mercè Pavillion.
Carrer Sant Antoni Maria Claret, 167.
08025 Barcelona, Spain.

For further information:

- The Switchers:
www.theswitchers.org

Contact info:

- Alessandro Miraglia – Team Leader
Networking and Partnerships
amiraglia@scprac.org
- Giorgio Mosangini - Team Leader
Green Entrepreneurship & Civil
Society
gmosangini@scprac.org
- Magali Outters – Team Leader, Policy
moutters@scprac.org
- Claudia Pani - Impact Investing
Manager
cpani@scprac.org



This programme is funded
by the European Union



Mediterranean
Action Plan
Barcelona
Convention



Regional Activity Centre
for Sustainable Consumption
and Production

ANNEX 2.1 - ARC-2023-20324

Oferta econòmica: LOT 1 - Creació, desenvolupament i manteniment de pàgines web per a MedWaves.

DE:
NOM DE L'EMPRESA:
ADREÇA:
PAIS:
TEL:
E-MAIL:
NÚMERO D'IDENTIFICACIÓ FISCAL:

PER:
Medwaves
Agència de Residus de Catalunya
C/Provença, 204 – 208
08036 Barcelona, Spain
NIF: Q-5856373-E

Tasques	Dedicació estimada (hores) i preu estimat (€) sense IVA		Preu (€) SENSE IVA	IMPORT (€) IVA	Preu (€) AMB IVA
1. Manteniment web MedWaves	150 hores	15.500,00 €			
2. Manteniment web JUST2CE	100 hores				
3. Altres necessitats web	60 hores				

ANNEX 2.2 ARC-2023-20324

LOT 1 Creació, desenvolupament i manteniment de pàgines web per a MedWaves.

El/la Sr./Sra., amb DNI núm....., com a (càrrec)..... de l'empresa (nom)....., declara responsablement que:

Els treballs llistats a continuació que han estat realitzats per part de l'equip adscrit a les activitats corresponents al lot 1 de la licitació **ARC-2023-20324**, responen a les característiques detallades al punt 4 del Plec Tècnic i que tota la informació aportada és contrastada i veraç:

(Afegir tantes taules/ files com siguin necessàries)

Web realitzada per l'equip del projecte + url	Any de realització	Trafico Web (visites)	Breu descripció

Total de treballs similars realitzats*: _____

**Numero de webs realitzades en els últims 5 anys per a organitzacions que tinguin com a objectiu principal el desenvolupament sostenible en el Mediterrani*

ANNEX 3.1 ARC-2023-20324

Oferta econòmica: LOT 2 - Disseny i maquetació de continguts visuals i altres materials de comunicació i màrqueting

DE:
NOM DE L'EMPRESA:
ADREÇA:
PAIS:
TEL:
E-MAIL:
NÚMERO D'IDENTIFICACIÓ FISCAL:

PER:
Medwaves
Agència de Residus de Catalunya
C/Provença, 204 – 208
08036 Barcelona, Spain
NIF: Q-5856373-E

Personal					
Perfil*	Tasques	Dedicació/Preu estimats (hores/preu sense IVA)	Preu servei (€) SENSE IVA	IMPORT (€) IVA	Preu servei (€) AMB IVA
A. Dissenyador/a gràfic/a	Disseny i maquetació de publicacions així com altres materials de comunicació del MedWaves incloent el disseny d'infografies, taules, gràfics, il·lustracions, fullets, roll-ups	200			
	Crear visuals i infografies per les xarxes socials o materials de comunicació en coordinació amb l'adjudicatari del lot 3	100			
	Disseny del grafisme per decorar petits estands o àrees expositives	20			
	Adaptacions de banners animats i estàtics i altres peces de difusió on-line	20		13.000,00 €	
	Actualització elements gràfic de la web	10			
	Seleccionar fotografies per pujar a la web, buscar-ne si fa falta i també retoc fotogràfics	10			
B. Compra de fotografies	Producció vídeos per a xarxes socials	40			
		1.000 €			

*

ANNEX 3.2 – LOT 2 Disseny i maquetació de continguts visuals i altres materials de comunicació i màrqueting.

El/la Sr./Sra., amb DNI núm....., com a
(càrrec)..... de l'empresa (nom)....., declara responsablement que:

Els següents treballs de creació de materials visual han estat realitzats per l'equip adscrit al Lot 4 de la licitació amb expedient **ARC-2023-20324**, que responen a les característiques detallades al punt 4 del Plec Tècnic, i que tota la informació aportada és contrastada i veraç:

(Afegir tantes taules/ files com siguin necessàries)

Tipus de material	Títol de la campanya	Any de realització	Breu descripció	Link
Concepció i disseny de campanyes (micro i macro) de comunicació i aplicacions gràfiques				
Disseny i producció de material gràfic en anglès: informes, brochures, roll-ups				
Disseny i producció de petits vídeos o clips (fins a max. 3 minuts) amb subtítols i adaptats per a xarxes socials				

ANNEX 4.1 ARC-2023-20324

Oferta econòmica: LOT 3. Gestió de xarxes socials, anàlisi de màrqueting i gestió d'eines en línia per a MedWaves.

DE:
NOM DE L'EMPRESA:
ADREÇA:
PAIS:
TEL:
E-MAIL:
NÚMERO D'IDENTIFICACIÓ FISCAL:

PER:
Medwaves
Agència de Residus de Catalunya
C/Provença, 204 – 208
08036 Barcelona, Spain
NIF: Q-5856373-E

Personal					
Perfil*	Tasques	Dedicació/Preu estimats (dies/preu sense IVA)		Preu servei (€) SENSE IVA	Preu servei (€) AMB IVA
Social media manager	Gestió RRSS	200			
N/A	Paid ads	1.000,00 €			
N/A	Subscripció Mentimeter	200,00 €			
N/A	Subscripció ZOOM	800,00 €		31.000,00 €	
N/A	Subscripció CANVA	200,00 €			
N/A	Subscripció HOOTSUITE	600,00 €			
N/A	Subscripció MAILCHIMP	200,00 €			

ANNEX 4.2 – LOT 3 Gestió de xarxes socials, anàlisi de màrqueting i gestió d'eines en línia per a MedWaves.

El/la Sr./Sra., amb DNI núm....., com a (càrrec)..... de l'empresa (nom)....., declara responsablement que:

Els següents treball de gestió de xarxes socials han estat realitzats per l'equip adscrit al Lot 3 de la licitació amb expedient **ARC-2023-20324**, que responen a les característiques detallades al punt 4 del Plec Tècnic i que tota la informació aportada és contrastada i veraç:

(Afegir tantes taules/ files com siguin necessàries)

Contingut	nom del projecte o campanya per al qual s'ha produït el contingut	Any(s) de realització	Breu descripció
Continguts per xarxes socials en anglès, francès i àrab per a projectes europeus centrats en el desenvolupament sostenible			
Informes de resultats i anàlisis de rendiment a les xarxes socials per a projectes europeus centrats en el desenvolupament sostenible			

Total d'anys d'experiència en xarxes socials amb enfocament sostenibilitat: _____ anys

ANNEX 5.1 ARC-2023-20324

Oferta econòmica: LOT 4 - Gestió de campanyes: desenvolupament d'un pla estratègic de campanyes, de creació de continguts i implementació de l'estratègia d'actuació.

DE:
NOM DE L'EMPRESA:
ADREÇA:
PAIS:
TEL:
E-MAIL:
NÚMERO D'IDENTIFICACIÓ FISCAL:

PER:
Medwaves
Agència de Residus de Catalunya
C/Provença, 204 – 208
08036 Barcelona, Spain
NIF: Q-5856373-E

Tasques	Dedicació/Preu estimats (dies/preu sense IVA)	Preu servei (€) SENSE IVA	IMPORT (€) IVA	Preu servei (€) AMB IVA
Desenvolupament i seguiment del pla estratègic de continguts mensual	10	18.000,00 €		
Redacció d' articles temàtics, entrevistes, busqueda d'informació fiable, verificació de fets	50			
Conceptualització de campanyes, mapeig d'oportunitats de campanya, coordinar processos de disseny i implementació inclusiv i estratègics de la/s campanya/s	30			

ANNEX 5.2 – LOT 4 Gestió de campanyes: desenvolupament d'un pla estratègic de campanyes, de creació de continguts i implementació de l'estratègia d'actuació.

El/la Sr./Sra., amb DNI núm....., com a
(càrrec)..... de l'empresa (nom)....., declara responsablement que:

Els següents treballs de creació de materials visual han estat realitzats per l'equip adscrit al Lot 4 de la licitació amb expedient **ARC-2023-20324**, que responen a les característiques detallades al punt 4 del Plec Tècnic, i que tota la informació aportada és contrastada i veraç:

(Afegir tantes taules/ files com siguin necessàries)

Tipus de material	Títol	Any de realització	Breu descripció
Articles escrits i publicats per terçeres parts en anglès sobre els temes: cooperació internacional, convencions internacionals, sostenibilitat			

Total de treballs similars realitzats: _____ articles

Oferta econòmica: LOT 5 - Gestió de la comunitat de “The Switchers Community”

DE:
NOM DE L'EMPRESA:
ADREÇA:
PAIS:
TEL:
E-MAIL:
NÚMERO D'IDENTIFICACIÓ FISCAL:

PER:
Medwaves
Agència de Residus de Catalunya
C/Provença, 204 – 208
08036 Barcelona, Spain
NIF: Q-5856373-E

Tasques	Dedicació/Preu estimats (dies/preu sense IVA)	Preu servei (€) SENSE IVA	IMPORT (€) IVA	Preu servei (€) AMB IVA
A. Edició i redacció d'històries de Switchers	480 (hores)	40.810,00 €		
B. Gestió de la comunitat i esdeveniments	310 (hores)			
C. Gestió de xarxes socials i web	537 (hores)			

ANNEX 6.2 – LOT 5 Gestió de la comunitat de “The Switchers Community”.

El/la Sr./Sra., amb DNI núm....., com a
(càrrec)..... de l'empresa (nom)....., declara responsablement que:

Els següents treball de creació de materials visual han realitzats per l'equip adscrit al Lot 5 de la licitació amb expedient **ARC-2023-20324**, que responen a les característiques detallades al punt 4 del Plec Tècnic i que tota la informació aportada és contrastada i veraç:

(Afegir tantes taules/ files com siguin necessàries)

Tipus de material	Títol o referencia	Any(s) de implementació	Breu descripció	Link
Xarxes o comunitats en què el licitador ha tingut un paper de dinamitzador o leader				
Eines d'informació (internes o externes) creades i gestionades directament pels licitadors, associant múltiples actors (xarxes, consorcis, comunitats temàtiques).				