

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DE L'EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ RELATIU A L'ELABORACIÓ DE L'ESTRATÈGIA CREATIVA, DISSENY GRÀFIC I DIFUSIÓ DE LES ACCIONS RELACIONADES AMB EL SUBPROJECTE "APROPANT EL MERCAT: COMPETITIU, DIGITAL I SOSTENIBLE" FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA – NEXT GENERATION

Núm. d'expedient: 2023/0029174

0) INTRODUCCIÓ

0.1) Antecedents

0.2) Objecte

0.3) Objectius

1) DESENVOLUPAMENT DELS TREBALLS OBJECTE DEL CONTRACTE

1.1) Requeriments dels materials a lliurar

1.2) Inici del projecte.

1.3) Treballs a desenvolupar

1.4) Equip de treball

1.5) Reunions

2) CONTROL DE QUALITAT I SEGUIMENT DELS TREBALLS

2.1) Control i seguiment per part de l'empresa

2.2) Control i seguiment per part de la GSC

3) LLIURAMENT DE RESULTATS

0) INTRODUCCIÓ

0.1. Antecedents

La Gerència de Serveis de Comerç està executant les actuacions associades al Subprojecte del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència "Apropant-te el mercat: competitiu, digital i sostenible", d'acord com es detalla a l'Acte d'inici i als Plecs de Clàusules Administratives Particulars del present expedient de contractació.

0.2. Objecte

És objecte d'aquest expedient de contractació establir les bases tècniques i els requeriments que serviran per a la contractació d'una empresa per l'elaboració de l'estratègia creativa, el disseny gràfic i el pla de mitjans enfocats a les diverses campanyes i accions associades al Subprojecte del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència "Apropant-te el mercat: competitiu, digital i sostenible".

La proposta d'estratègia creativa, el disseny gràfic i el pla de difusió fan referència a les diverses accions vinculades al Subprojecte del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència "Apropant-te el mercat: competitiu, digital i sostenible".

L'objectiu del Subprojecte és el de modernitzar i millorar la competitivitat dels mercats municipals i del comerç de proximitat, apropant-los als nous perfils de consumidors/es i consolidar el seu paper com un servei públic essencial per al manteniment de l'activitat econòmica i com a model de sostenibilitat per als nostres municipis. S'articula a través de 4 eixos d'actuació:

- Implementar la transformació digital al conjunt de les parades dels mercats.
- Articular un servei de distribució urbana de mercaderies capil·lar, eficient i sostenible.
- Fomentar l'economia circular dels mercats i millorar la seva eficiència energètica.
- Impulsar el relleu generacional.

Aquests eixos d'actuació es concreten en una sèrie d'accions que son el context del que ha de nodrir-se la proposta creativa, de disseny i de difusió:

1. Creació de plataformes digitals (marketplace), inclou la incorporació del catàleg comercial i habilitació del suport telefònic (call center).

Complementar la transformació digital a les parades de mercats, iniciada l'any 2020 a conseqüència de la pandèmia. Aquesta actuació contempla el disseny i posada en funcionament per a cada mercat o conjunt de mercats: d'una plataforma de venda en línia, incorporar els productes de les parades a la plataforma i incorporar el servei de suport telefònic i el manteniment per un any.



2. Implementació de tecnologia per a l'anàlisi dels comportaments de la clientela (sistemes de control d'aforament).

Complementar la transformació digital als mercats municipals, iniciada l'any 2020 a conseqüència de la pandèmia, amb la implementació de sistemes de control d'aforament a les portes dels mercats.

Tecnologia que, a banda de permetre garantir l'ocupació d'aforament permès al mercat, fomentarà l'anàlisi del patró de comportament de la clientela a l'interior del mercat (franges horàries i dies de major afluència, portes d'accés, zones o passadissos del mercat més visitats), amb l'objectiu d'adequar els serveis i accessos dels mercats al comportament observat de la seva clientela.

3. Plataforma digital per a l'intercanvi agroalimentari de proximitat entre productors XPDT i mercats municipals.

Disseny i execució d'una plataforma digital que faciliti l'intercanvi comercial entre productors de la província de Barcelona i paradistes de mercats municipals amb la finalitat de promoure un model més sostenible (ambiental i social), basat en productes de proximitat.

4. Formació adreçada a persones emprenedores i paradistes de mercats en matèria de màrqueting, tecnologies i gestió.

Assessorament en format digital a persones emprenedores i paradistes dels mercats municipals, enfocat a fer una formació adaptada a les necessitats de gestió, màrqueting i tecnologies.

5. Articular un sistema de distribució capil·lar amb vehicle compartit per al lliurament de comandes.

Reduir les externalitats negatives sobre els entorns urbans dels serveis de distribució urbana de mercaderies (emissions de gasos d'efecte hivernacle i contaminants, congestió, soroll,...) incorporant vehicles de zero emissions, amb compartiments de càrrega de temperatura controlada per no trencar la cadena del fred, per al seu ús compartit entre mercats.

6. Instal·lació d'armaris multitemperatura per a la recollida de comandes en espais públics de mercats.

Fomentar nous sistemes de recollida de productes alimentaris, fora de l'horari habitual del mercat, amb la instal·lació d'armaris multitemperatura en espais públics, dins o al voltant del mercat municipal, on la clientela pugui recollir les comandes tant del servei d'enviament a domicili del mercat com d'altres serveis de missatgeria.

7. Campanya de substitució dels envasos d'un sol ús als mercats municipals.

La campanya té per objectiu promoure l'ús de pràctiques sostenibles a les parades dels mercats municipals a través de la substitució dels plàstics d'un sol ús per altres materials sostenibles i reutilitzables.

8. *Instal·lació de dobles cancel·les a les portes dels mercats municipals.*
L'actuació té per objectiu minimitzar les pèrdues de temperatura provocades per l'entrada i sortida del mercat de la clientela i, consegüentment, reduir el consum energètic associat als sistemes de climatització dels mercats climatitzats.
9. *Instal·lació de sistemes de monitoratge de control de consums.*
Instal·lació d'equips de monitoratge de consums per als mercats que comptin amb sistemes de climatització amb la finalitat de detectar possibles deficiències en l'aïllament tèrmic dels mateixos o en el funcionament dels seus equips de climatització/refrigeració i que, per tant, generin un augment dels consums.
Per a això, s'instal·laran analitzadors de xarxes a les capçaleres de les instal·lacions elèctriques, així com comptadors parcials als circuits d'alimentació de les màquines de climatització general del mercat i de les càmeres frigorífiques.
10. *Campanya de promoció del comerç de proximitat.*
Realitzar una campanya adreçada a la població en general per posar en valor el paper del comerç de proximitat com a element dinamitzador urbà i en la reducció de l'impacte ambiental de les activitats comercials al fomentar el comerç de proximitat.
11. *Servei d'acompanyament i enllaç entre persones cedents de negocis viables i persones disposades a donar-los-hi continuïtat.*
Oferir els serveis del projecte Reempresa de la Diputació de Barcelona, incorporant la integració de les parades de mercats en la plataforma digital de Reempresa i del servei d'acompanyament i enllaç entre persones cedents de negocis i persones emprenedores disposades a donar-les-hi continuïtat.
12. *Pla de seguiment i avaluació del projecte*
Seguiment del projecte per analitzar l'impacte generat als mercats. En aquest sentit, es tindran en compte els indicadors de seguiment previstos al Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència. Si es considera necessari, aquests seran complementats amb altres indicadors més específics que permetin avaluar amb major detall l'impacte de les actuacions previstes en aquest.
L'acció preveu la realització de reunions periòdiques entre el grup motor del projecte amb l'objectiu d'analitzar els indicadors esmentats i prendre mesures correctores en aquells casos en què els resultats no siguin els esperats.

0.3. Objectius

En aquest apartat es concreten quins són els objectius i les prestacions relacionades amb el subprojecte que haurà de realitzar el contractista.

La Diputació de Barcelona, amb una vocació clarament municipalista, vol fer arribar als municipis de la província material tangible perquè pugui ser una eina al servei dels governs locals per difondre les bondats del comerç de proximitat. Es tracta d'un projecte clarament de territori dirigit principalment als ciutadans dels municipis de la província de Barcelona amb comerç de proximitat i, en especial, als ciutadans dels municipis de la província de Barcelona



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

amb mercat municipal. En aquest darrer cas parlem, concretament, dels 58 municipis amb mercat municipal (no s'inclou Barcelona ciutat).

Els objectius dels serveis objecte del contracte són els següents:

- Informar a la ciutadania sobre la vital importància que té el comerç de proximitat, i més especialment els mercats municipals, que ens ofereixen producte de proximitat.
- Transmetre el posicionament i valors de la Diputació de Barcelona en relació a la seva estratègia de polítiques de suport al comerç local, basada en quatre eixos:
 - Sostenibilitat.
 - Digitalització.
 - Cohesió territorial.
 - Competitivitat comercial.

Objectius de l'estratègia creativa:

- Conscienciar la ciutadania de la importància del comerç de proximitat.
- Estendre la cultura i els valors vinculats al comerç de proximitat.
- Visibilitzar la tasca que es realitza a tot el territori de la província de Barcelona en l'àmbit del suport al comerç de proximitat.

Públic objectiu de l'estratègia creativa:

L'estratègia creativa anirà dirigida principalment a la ciutadania en general de la província de Barcelona a través dels municipis.

Així doncs, l'estratègia creativa, el disseny gràfic i el pla de difusió i de mitjans que haurà de realitzar el contractista estan relacionats amb les següents accions que formen part del mateix Subprojecte "Apropant-te el mercat: competitiu, digital i sostenible":

- A. Campanya de promoció del comerç de proximitat.
- B. Campanya de substitució dels envasos d'un sol ús.
- C. Plataforma digital per a l'intercanvi agroalimentari.
- D. Plataforma digital (*marketplace*) i web de comerç.
- E. Sistema de distribució capil·lar amb vehicle compartit.
- F. Armaris multitemperatura.
- G. Dobles cancel·les als mercats municipals.

Concretament, es tracta de 2 campanyes de publicitat (A i B) amb les seves aplicacions corresponents i de 5 accions de difusió (C, D, E, F i G) que requereixen també de les aplicacions gràfiques corresponents detallades en l'apartat 1.3 del present plec. Tant les 2 campanyes com la resta d'accions han de contenir els seus missatges particulars, però s'han d'encabir dins una gràfica comuna i un missatge comú que farà de paraigües comunicatiu. Aquest missatge comú ha de destacar els valors del comerç de proximitat i donar-li una identitat pròpia de la província de Barcelona.



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

Les dues campanyes, a més, tindran una vessant més genèrica i una vessant més concreta, cadascuna amb la seva imatge gràfica i els seus missatges particulars:

Campanya de promoció del comerç de proximitat:

- Amb una imatge i gràfica enfocada al comerç de proximitat de manera genèrica.
- Amb una imatge i gràfica enfocada als mercats municipals de manera concreta.

Campanya de substitució dels envasos d'un sol ús:

- Amb una imatge i gràfica enfocada al comerç de proximitat de manera genèrica.
- Amb una imatge i gràfica enfocada als mercats municipals de manera concreta.

Ambdues campanyes, així com la resta d'accions poden conviure en el mateix municipi.

Es detallen a continuació les campanyes i les accions:

A. CAMPANYA DE PROMOCIÓ DEL COMERÇ DE PROXIMITAT

Campanya de sensibilització ciutadana que pretén conscienciar la ciutadania sobre la vital importància que té sobre nosaltres el comerç de proximitat en general, i més especialment els mercats municipals, que ens ofereixen producte de proximitat i són sostenibles. L'objectiu és destacar la importància que té el comerç de proximitat per les nostres ciutats i pobles per mantenir la cohesió social, com a element de seguretat, per afavorir l'economia local o per la sostenibilitat. Igualment, i sempre que la campanya ho permeti, promoure el foment de l'ocupació que incorpori la igualtat de gènere, la diversitat funcional o risc d'exclusió social.

Dins la mateixa idea i missatge, s'ha de diferenciar entre la campanya directament dirigida als ciutadans de municipis amb comerç de proximitat en general i la campanya més focalitzada als ciutadans dels municipis amb mercats municipals.

En la seva vessant específica de mercats municipals, la campanya ha de posar en valor el paper dels mercats municipals i la seva proximitat, el producte Km 0 i els serveis que ofereixen.

Es tracta d'una campanya de difusió dels valors dels mercats i del comerç de proximitat. L'objectiu és transmetre el valor dels mercats quant a proximitat, salut i valor del producte ofert, a més de potenciar la competitivitat i la modernització dels mercats municipals mitjançant serveis que alguns d'ells ofereixen, com ara el repartiment a domicili amb vehicles sostenibles, recollida al mercat en armaris multitemperatura per qui no pot anar durant l'horari d'obertura, servei de Marketplace per comprar des de casa.

Estratègies:

- Abast territorial de la campanya:
Municipis de la província amb mercat municipal (58) i altres municipis amb comerç de proximitat.
- Missatges:



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

La campanya tindrà una doble vessant, per una banda un missatge que destaquï les bondats dels mercats municipals, per l'altra les bondats del comerç de proximitat.

L'objectiu del missatge és provocar l'interès dels ciutadans cap a una compra als mercats municipals i al comerç de proximitat i un sentit de pertinença al territori.

- Elements gràfics:
Gràfica molt visual que destaquï entre la resta de publicitats dels municipis.

To i estil de la campanya:

Ha de jugar amb la implicació emocional dels ciutadans, remetent-los al sentiment de pertinença al territori, per tal que se sentin compromesos amb els mercats municipals.

B. CAMPANYA DE SUBSTITUCIÓ DELS ENVASOS D'UN SOL ÚS

Campanya per reduir l'ús dels plàstics o altres materials d'un sol ús per altres de reutilitzables. L'objectiu és el de fomentar un canvi d'hàbits entre la clientela dels comerços de proximitat i dels mercats municipals que afavoreixi la substitució dels envasos d'un sol ús per altres de reutilitzables en les seves futures compres, aconseguint així una reducció en la generació de residus contaminants.

S'adquiriran envasos reutilitzables que es distribuïran entre la clientela per impulsar un canvi d'hàbits que prioritzï l'ús d'envasos reutilitzables en les seves compres (aquests envasos s'adquiriran en un altre contracte).

Dins la mateixa idea i missatge, s'ha de diferenciar entre la campanya directament dirigida a la ciutadania de municipis amb comerç de proximitat en general i la campanya més focalitzada a la ciutadania dels municipis amb mercats municipals.

Estratègies:

- Abast territorial de la campanya:
Municipis de la província amb mercat municipal (58) i altres municipis amb comerç de proximitat. En total hi ha 92 mercats municipals i 2.200 parades, en els 58 municipis amb mercat.
- Missatges:
Adeu als plàstics d'un sol ús!
L'objectiu del missatge és provocar l'interès dels ciutadans cap a una compra sostenible i consciència sostenible.
- Elements gràfics:
Caldrà integrar la imatge ja difosa per la Diputació de Barcelona a la gràfica general de la campanya "mercats sostenibles":
(<https://www.diba.cat/web/mercats-sostenibles/inici>)



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

- Material de campanya:
La campanya incorporarà una sèrie de materials (envasos reutilitzables) per promocionar la substitució d'envasos d'un sol ús. Per cadascun d'aquests materials caldrà preveure unes aplicacions gràfiques i una disposició dels logotips corresponents (aquesta disposició serà facilitada per la Diputació de Barcelona). Per cada material es farà una proposta de col·locació dels logotips i d'imatge concreta relacionada amb els missatges principals de la campanya. El contracte no inclourà el subministrament dels materials. En concret, els envasos seran:
 - Cabassos
 - Tàpers
 - Bosses per anar a comprar

To i estil de la campanya:

S'ha de jugar amb la implicació emocional dels ciutadans, remetent-los al sentiment de pertinença al territori, per tal que se sentin compromesos amb el comerç local. També s'ha de buscar que la creativitat sigui suficientment colorista i dinàmica per tal que la campanya no es perdi entre la resta de publicitats del territori.

Per tal d'optimitzar recursos, el to i la gràfica de la campanya ha de ser atemporal, per poder-la aplicar durant qualsevol època de l'any.

C. PLATAFORMA DIGITAL PER A L'INTERCANVI AGROALIMENTARI

El contractista haurà de realitzar l'adaptació gràfica de les capçaleres, *footer* i *homepage* de la plataforma d'intercanvi de productes de proximitat, d'acord amb l'estètica i línia general de la campanya, traslladant la proposta creativa. L'objectiu del missatge en les aplicacions gràfiques requerides és que els comerciants i paradistes coneguin l'oferta de producte que tenen a prop per millorar l'oferta comercial dels seus establiments.

El missatge per difondre la plataforma ha de ser clar i directe, remetent els destinataris al sentiment de pertinença al territori, per tal que se sentin compromesos amb el producte i els productors locals. Caldria dissenyar una gràfica pensada en el tipus de comerciant de petits municipis i paradista de mercat i que no es perdi entre la resta de publicitats del territori.

La plataforma està en desenvolupament i de moment no està disponible.

D. PLATAFORMA DIGITAL (MARKETPLACE) i WEB DE COMERÇ

El contractista haurà de realitzar l'adaptació gràfica de les capçaleres, *footer* i *homepage* del *Marketplace* i de la web de comerç d'acord amb l'estètica i línia general de la campanya, traslladant la proposta creativa. L'objectiu de les aplicacions gràfiques requerides és el de transmetre que els mercats municipals i el comerç de proximitat ofereixen la possibilitat



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

d'adaptar la modalitat de compra a les necessitats de la clientela. Pots comprar presencialment, però també a distància, quan per horaris o per comoditat la clientela no pot accedir en horari comercial.

Es tracta de posar en valor el paper dels mercats municipals i del comerç de proximitat com a facilitadors del dia a dia de la clientela en la facilitat de compra, oferint la compra online. També el seu paper en la reducció de l'impacte ambiental de les activitats comercials, i també una especial menció a la proximitat, el producte kilòmetre 0 i els serveis que ofereixen.

L'objectiu del missatge és que gràcies a aquestes plataformes d'e-commerce s'apropa el producte de qualitat i proximitat que tenen els mercats municipals a tota la població consumidora i es facilita la seva experiència de compra gràcies a la venda online i el repartiment a domicili. A banda de la venda en presencial, també s'ofereix la online.

La plataforma i la web estan en desenvolupament i de moment no estan disponibles.

E. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓ CAPIL·LAR AMB VEHICLE COMPARTIT

El contractista haurà de dissenyar el material específic informatiu del sistema de distribució amb vehicle compartit que facilita el repartiment de productes del mercat municipal de manera sostenible, d'acord amb les previsions del punt 1 del present plec.

F. ARMARIS MULTITEMPERATURA

El contractista haurà de dissenyar el material específic informatiu dels armaris multitemperatura que faciliten l'emmagatzematge de productes per ser recollits fora dels horaris d'obertura dels comerços d'acord amb les previsions del punt 1 del present plec.

G. DOBLES CANCEL·LES ALS MERCATS MUNICIPALS

En aquest cas, no es preveu cap campanya informativa específica ni material específic, però si el disseny d'elements gràfics d'acord amb les previsions del punt 1 del present plec.

1) DESENVOLUPAMENT DELS TREBALLS OBJECTE DEL CONTRACTE

1.1. Requeriments dels materials a lliurar

En totes les tasques que s'han de dur a terme cal tenir en compte la imatge corporativa de la Diputació de Barcelona, així com s'ha de fer servir els logotips apropiats. Els manuals d'identitat gràfica de la Diputació de Barcelona es poden consultar a: <https://imatgecorporativa.diba.cat/> (proporcionat per la Diputació de Barcelona. La Diputació acompanyarà al contractista en la interpretació d'aquests manuals)



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

Així mateix, s'hauran d'incorporar els corresponents logotips i seguir els manuals d'Identitat Visual del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, disponibles a:

<https://www.diba.cat/web/next-diba/recursos/identitat-visual-engeu> (proporcionat per la Diputació de Barcelona. La Diputació acompanyarà al contractista en la interpretació d'aquests manuals)

En totes les tasques que s'han de dur a terme el contractista tindrà en compte la normativa d'accessibilitat per a productes gràfics, senyalística i elements digitals.

Tot el material proposat haurà de ser original, inèdit i dissenyat expressament per a aquest contracte, ja sigui directament pel contractista o per un tercer; en aquest cas estarà subjecte d'igual forma a les previsions sobre cessió de la propietat intel·lectual previstes en aquest plec.

El contractista ha de cedir i gestionar tots els drets d'autor, imatge, fotografia i il·lustracions (en el cas que s'utilitzin) de forma universal, per tots els formats, mitjans i canals. El preu dels drets està inclòs al pressupost.

La llengua utilitzada per als missatges dels materials gràfics i/o audiovisuals serà el català.

La supervisió, l'avaluació i l'aprovació de les creativitats les realitzarà la Diputació de Barcelona.

1.2. Inici del projecte

A partir de l'inici de vigència del contracte, el contractista i la Diputació de Barcelona realitzaran una primera reunió per tal de:

- Informar de l'equip tècnic operatiu de seguiment i control del treball, compostat per personal tècnic de la Diputació de Barcelona.
- Resoldre els possibles dubtes sobre les diferents finalitats de les accions del Subprojecte.
- Establir els elements clau (missatges) que es volen transmetre.
- Proposta de cronograma de treball per part del contractista.

1.3. Treballs a desenvolupar

a) ESTRATÈGIA CREATIVA:

Elaboració d'una proposta creativa (conceptualització) relacionada amb el Subprojecte "Apropant-te el mercat: competitiu, digital i sostenible".

Elaboració d'un concepte creatiu que funcioni com a eix conductor i aglutinador de les accions del Subprojecte, creant un relat (eslògans, textos, imatges i altres elements). Ha de ser vàlid per a la comunicació de les accions mencionades, així com per altres actuacions que es desenvolupin des de la GSC. S'ha de poder adaptar a materials de comunicació *offline* i *online*.



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

Es realitzarà una proposta creativa comuna per totes les campanyes i accions vinculades al Subprojecte, de tal manera que existeixi una coherència en la imatge gràfica i en missatge, però amb les particularitats que corresponguin a cada acció o campanya. La conceptualització inclourà imatges identificatives de la campanya, així com missatges i submissatges molt directes relacionats amb l'àmbit d'actuació i centrats en els beneficis del comerç de proximitat.

La proposta incorporarà propostes específiques, dins el missatge general, per cadascuna de les accions i campanyes que formen part del Subprojecte.

b) DISSENY I PROPOSTA D'ELEMENTS GRÀFICS I DE DIFUSIÓ:

Disseny de totes les peces i elements vinculats a les campanyes i accions. Amb una unificació del concepte gràfic, proposta d'elements gràfics *offline* i *online* per fer la difusió de les accions i campanyes. Totes les aplicacions gràfiques hauran d'estar degudament logotipades. El contractista podrà proposar altres elements gràfics complementaris, a més dels establerts com a mínims.

Concretament, per a cada campanya i acció es proposarà, com a mínim:

- Campanya de promoció del comerç de proximitat. Aplicacions:
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya (format botiga) (*vessant genèrica*)
 - Cartell: per penjar a les parades dels mercats municipals participants a la campanya (format botiga) (*vessant mercat*)
 - Díptics informatius de la campanya (*vessant genèrica*)
 - Díptics informatius de la campanya (*vessant mercat*)
 - Pancarta per entrada de mercat municipal (*vessant mercat*)
 - OPI i banderola de fanal (municipis que s'escaigui) (*vessant genèrica*)
 - OPI i banderola de fanal (municipis que s'escaigui) (*vessant mercat*)
 - Anunci de premsa: per inserir als mitjans locals i comarcals (A4) (*vessant genèrica*)
 - Anunci de premsa: per inserir als mitjans locals i comarcals (A4) (*vessant mercat*)
 - Bàner digital en formats vertical i horitzontal, i en estàtic i dinàmic (*vessant genèrica*)
 - Bàner digital en formats vertical i horitzontal, i en estàtic i dinàmic (*vessant mercat*)
 - Disseny d'urna per la campanya de promoció del comerç de proximitat.
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter (*vessant genèrica*)
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter (*vessant mercat*)



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

- Disseny de placa identificativa del projecte per col·locar a l'exterior d'aquells mercats que s'hagin acollit als ajuts (el missatge s'acordarà amb la Diputació de Barcelona). Format 40x40.
- Campanya de substitució dels envasos d'un sol ús als mercats municipals i al comerç de proximitat. Aplicacions:
Per a la campanya de substitució d'envasos d'un sol ús caldrà integrar la imatge ja difosa per la Diputació de Barcelona a la gràfica general de la campanya "mercats sostenibles": (<https://www.diba.cat/web/mercats-sostenibles/inici>)
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya (format botiga) (*vessant genèrica*)
 - Cartell: per penjar a les parades dels mercats municipals participants a la campanya (format botiga) (*vessant mercat*)
 - Díptics informatius de la campanya d'envasos d'un sol ús (*vessant genèrica*).
 - Díptics informatius de la campanya d'envasos d'un sol ús (*vessant mercat*).
 - Pancarta per entrada de mercat municipal (*vessant mercat*)
 - OPI i banderola de fanal (municipis que s'escaigui) (*vessant genèrica*)
 - OPI i banderola de fanal (municipis que s'escaigui) (*vessant mercat*)
 - Anunci de premsa: per inserir als mitjans locals i comarcals (A4) (*vessant genèrica*)
 - Anunci de premsa: per inserir als mitjans locals i comarcals (A4) (*vessant mercat*)
 - Bàner digital en formats vertical i horitzontal, i en estàtic i dinàmic (*vessant genèrica*)
 - Bàner digital en formats vertical i horitzontal, i en estàtic i dinàmic (*vessant mercat*)
 - Disseny de passaport i segell per la campanya de substitució (s'entregarà per part de la Diputació el disseny existent de la campanya "mercats sostenibles" per ser adaptada)
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter (*vessant genèrica*)
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter (*vessant mercats*)
 - La campanya incorporarà una sèrie de materials (envasos reutilitzables) per promocionar la substitució d'envasos d'un sol ús. Per cadascun d'aquests materials caldrà preveure unes aplicacions gràfiques i una disposició dels logotips corresponents (*aquesta disposició serà facilitada per la Diputació de Barcelona*). El contracte no inclourà el subministrament dels materials.
- Difusió de la plataforma digital per a l'intercanvi agroalimentari. Aplicacions:
 - Proposta de nom i de missatge per la plataforma, alineat amb el paraigües comunicatiu.



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

- Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya (format botiga).
- Díptics informatius de la plataforma dins el context de la campanya.
- Adaptació gràfica de les capçaleres, *footer* i *homepage*.
- Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter
- Difusió de la plataforma digital (*marketplace*). Aplicacions:
 - Proposta de nom i de missatge per la plataforma, alineat amb el paraigües comunicatiu.
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya.
 - Díptics informatius del *Marketplace* dins del context de la campanya.
 - Proposta d'imatge o de missatge per incloure al *marketplace* en creació.
 - Adaptació gràfica de les capçaleres, *footer* i *homepage*
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter
- Difusió de la web de comerç. Aplicacions:
 - Proposta de nom i de missatge per la web, alineat amb el paraigües comunicatiu.
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya.
 - Díptics informatius de la web de comerç.
 - Proposta d'imatge o de missatge per incloure al web en creació.
 - Adaptació gràfica de les capçaleres, *footer* i *homepage*
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter
- Difusió del sistema de distribució capil·lar amb vehicle compartit. Aplicacions:
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya.
 - Díptics informatius del funcionament dels vehicles dins el context de la campanya.
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter
 - Serigrafia tipus per incorporar als vehicles
- Difusió dels armaris multitemperatura. Aplicacions:
 - Cartell: per penjar als comerços i eixos comercials dels municipis participants a la campanya.
 - Díptics informatius del funcionament dels armariets dins el context de la campanya.
 - Displays adaptats a les xarxes socials Instagram i Twitter
 - Serigrafia tipus i missatge per incorporar als armaris (*el missatge s'acordarà amb la Diputació de Barcelona*)
- Instal·lació de dobles cancel·les. Aplicacions:
 - Serigrafia tipus i missatge per incorporar a les portes de vidre (*el missatge s'acordarà amb la Diputació de Barcelona*)



A banda d'aquestes peces i elements detallats, el contractista pot proposar d'altres elements de difusió de les campanyes o de marxandatge que ajudin a reforçar els missatges de les campanyes.

c) PLA DE MITJANS:

Elaboració d'un pla de mitjans relacionat amb les diverses campanyes *offline* i *online*. Es proposarà una planificació de mitjans basada en mitjans locals i comarcals de caràcter generalista per totes les actuacions proposades, centrada principalment en les dues campanyes de comerç de proximitat i d'envasos d'un sol ús.

La proposta de planificació en mitjans es farà considerant que es disposa de 50.000 euros per publicitat (xarxes socials, ràdio, OPIs, premsa i TV local). Es definirà la concreció de la planificació de mitjans (públics i missatges).

La contractació de la publicitat (mitjans) serà objecte d'un contracte independent.

d) PLA DE DIFUSIÓ:

Elaboració d'una proposta de pla de difusió de les peces i elements vinculats a les campanyes.

La proposta de planificació de la difusió es farà considerant que es disposa de 160.000 euros per fer difusió (no publicitat), incloent la impressió i repartiment de cartelleria, díptics, pancartes, OPI, banderoles, així com aquells elements de marxandatge que es proposin per part del contractista. D'aquests diners, 130.000 euros aniran vinculats a la campanya de comerç de proximitat (vessant genèrica i vessant mercats) i 30.000 euros aniran vinculats a la campanya de substitució d'envasos d'un sol ús (vessant genèrica i vessant mercat)

La producció i distribució del material de difusió (cartelleria, díptics, pancartes,...) serà objecte d'un contracte independent.

1.4. Equip de treball

El contractista ha de garantir l'experiència i formació necessària del personal que participa al projecte per tal que pugui dur a terme de manera satisfactòria les tasques que li són encomanades.

Per tal de dur a terme correctament els servei descrits, el personal adscrit al contracte haurà de tenir habilitats creatives per abordar projectes de comunicació, disseny i publicitat, així com tenir experiència en projectes d'identitat i seguiment corporatiu. També haurà de donar compliment a l'aplicació de la identitat gràfica corporativa de manera coherent i homogènia en tots els mitjans on calgui.



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

Per tot això, el contractista haurà de destinar a l'execució del contracte un equip suficientment dimensionat per portar a terme les tasques detallades en el present plec.

L'equip mínim requerit per desenvolupar el servei objecte del contracte és el següent:

- 1 Coordinador/a del projecte: farà la tasca de direcció i supervisió del projecte. També ha de dur a terme les tasques de coordinació entre els diversos referents de comunicació de la Diputació de Barcelona i el contractista. Haurà d'acreditar:
 - o Una experiència mínima de dos anys, en els últims cinc exercicis, en l'àmbit de la comunicació.
- 1 Director/a d'art o creatiu: farà la tasca de direcció i coordinació creativa del projecte. Haurà d'acreditar:
 - o Una experiència mínima de dos anys, en els últims cinc exercicis, en l'àmbit de la comunicació.
- 1 Dissenyador/a gràfic/a: han de prestar suport creatiu pel que fa a la creació d'adaptacions i disseny de peces gràfiques i en línia necessàries per a la Diputació de Barcelona i de manera coordinada amb aquesta institució. Haurà d'acreditar:
 - o Una experiència mínima d'un any, en el transcurs dels últims tres exercicis, en l'àmbit del disseny gràfic.

El contractista ha de preservar l'estabilitat de l'equip. Qualsevol canvi del personal, haurà de ser per causes justificades i haurà de ser comunicat a la Diputació de Barcelona en el termini màxim de 7 dies naturals.

1.5. Reunions

A demanda de la Diputació de Barcelona, hi haurà reunions preferentment a les dependències pròpies en les quals es farà un repàs exhaustiu de cada acció, així com del calendari de treball proposat, i per establir prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament dels treballs.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal del contractista per assistir a aquestes reunions, seran a càrrec del contractista.

2. CONTROL DE QUALITAT I SEGUIMENT DELS TREBALLS

La GSC designarà una persona que assumeixi el control i la coordinació de l'execució contractual amb el contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

El contractista haurà de designar una persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, i tractar



directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per la GSC.

Aquestes persones s'hauran de reunir amb una periodicitat mínima d'un cop al mes per tal de tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que s'està executat de conformitat amb aquest plec.

Als efectes anteriors, s'ha d'avaluar el seguiment i el control del compliment de cada requeriment tècnic de la manera següent:

2.1. Control i seguiment per part de l'empresa

El coordinador designat pel contractista, d'acord amb el punt 1.4 del present plec, realitzarà les funcions següents:

- Supervisar les tasques que s'estiguin duent a terme per part de la resta de l'equip.
- Corregir les omissions, errors i inconsistències en les entrevistes que es realitzaran.
- Resoldre les incidències que puguin sorgir durant l'execució de les tasques i reportar-les a la GSC sempre que sigui oportú.
- Lliurar a la persona interlocutora/supervisora de la GSC via correu electrònic la documentació que es pactarà a la reunió indicada al punt 1.2 del present plec.
- Comunicar immediatament a la GSC qualsevol incidència que sorgeixi en les tasques a realitzar.

2.2. Control i seguiment per part de la GSC

La GSC, designarà una persona interlocutora/supervisora, que tindrà les funcions següents:

- Fer el seguiment i control dels treballs.
- Revisar els documents lliurats i reclamar possibles correccions.
- Seguiment dels procediments en el marc del desenvolupament de la funció de control de gestió, per assegurar que es compleix l'estàndard mínim en relació amb els indicadors, fites i objectius establerts en les Ordres HFP/1030/2021 i HFP/1031/2021, de 29 de setembre, amb especial atenció als principis de gestió d'etiquetatge verd i digital, lluita contra el frau, la corrupció i el conflicte d'interès, el doble finançament, les mesures de control per al correcte compliment del principi de no causar un dany significatiu al medi ambient (DNSH), l'obligació de compliment de les obligacions d'informació previstes a l'art.8.2 de l'Ordre 1030/2021, l'obligació del contractista i dels subcontractistes d'aportar la informació relativa al titular real del beneficiari final dels fons en la forma prevista a l'art.10 Ordre 1031/2021, l'obligació de complementació de la Declaració d'Absència de Conflicte d'Interès (DACI) per a totes les persones obligades, la conservació de documentació, d'acord amb el que disposa l'art.132 del Reglament Financer i el compliment dels compromisos en matèria de comunicació, encapçalaments i logos que conté l'art. 9 de l'Ordre 1030/2021 i que se'n deriven del "Manual d'Identitat Visual del PRTR" elaborat per la Diputació de Barcelona..



3) LLIURAMENT DE RESULTATS

El contractista lliurarà en la primera reunió un cronograma amb la proposta de tasques al llarg de la vigència del contracte.

En el termini màxim de 12 setmanes, o termini inferior en el cas que el contractista hagi ofert una reducció del termini d'acord amb la clàusula 1.11 del PCAP, el contractista haurà de lliurar els següents documents:

ESTRATÈGIA CREATIVA:

Es desenvoluparà una estratègia de comunicació. La creació del relat inclourà eslògans, missatges, submissatges, textos, imatges i altres elements.

S'entregarà un manual de tota l'aplicació gràfica del conjunt de la campanya que no superarà les 20 pàgines.

DISSENY GRÀFIC

Lliurement d'un pack de màsters bàsics. Tots els materials s'han de lliurar en versió editable i el màster. Els màsters hauran de tenir sempre un apartat que es pugui personalitzar, de manera que cada municipi el pugui adaptar a les seves necessitats comunicatives, incloent un espai pel logotip propi.

Les peces es lliuraran en el format que determini la Diputació de Barcelona. Els formats més habituals que podran requerir-se són:

- arxiu DOC,
- arxiu PDF en alta resolució,
- arxiu PDF en baixa resolució,
- arxiu en JPG,
- arxiu en GIF,
- arxiu en MP4
- arxiu original en format obert i editable (InDesign, Illustrator, Photoshop o similar).

PLA DE MITJANS

S'entregarà una planificació de mitjans.



Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Gerència de Serveis de Comerç

Expedient núm.: 2023/0029174

PLA DE DIFUSIÓ

S'entregarà una planificació de difusió d'elements i peces que inclogui tant els elements mínims indicats en el punt 1.3 dels presents plecs, com aquells elements complementaris de marxandatge proposats pel contractista.

Un cop lliurats aquest documents, la GSC podrà demanar la rectificació de les errades que pogués detectar. Qualsevol rectificació dels resultats finals que es faci no eximeix al contractista de la responsabilitat d'haver lliurat uns resultats finals amb errades.

El lliurement provisional, per tal de preveure possibles revisions posteriors, haurà de lliurar-se una setmana abans de la finalització del contracte.

Metadades del document

Núm. expedient	2023/0029174
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	PPT estratègia creativa

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Sergi Vilamala Bastarras (SIG)	Gerent de Serveis de Comerç	Signa	06/09/2023 12:23

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
70f4418daa0fee0eca78	https://seuelectronica.diba.cat	

