

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'ASSESSORAMENT, GESTIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ, RELACIONS PÚBLIQUES, COORDINACIÓ I REDACCIÓ DE CONTINGUTS EN SUPORTS OFF/ON LINE, PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL I PROGRAMACIÓ I MANTENIMENT WEBS DE LA DIRECCIÓ DE COMERÇ, RESTAURACIÓ I CONSUM.

INDEX

1. ANTECEDENTS	3
1. OBJECTE DEL CONTRACTE	9
2. LOTS DEL CONTRACTE	9
2.1. LOT 1 estratègia comunicativa comerç, restauració i consum	10
2.1.1. Context	10
2.1.2. Abast i condicions del servei	12
2.2.LOT 2 programació i manteniment webs	17
1. Context	17
2. Abast i condicions del servei	18
3. Especificacions tècniques	19
3. LLOC DE REALITZACIÓ PRESTACIÓ	21
4. CLAUSULA DE PROTECCIÓ DADES DE CARÀCTER PERSONAL	21
5. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTELECTUAL	24

ORGANISME: DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ, RESTAURACIÓ I CONSUM

1. ANTECEDENTS I CONTEXT

El comerç constitueix una de les principals activitats econòmiques de Barcelona, generadora d'ocupació, que contribueix a crear barris vius i a fomentar la cohesió social de la ciutat.

Barcelona té un comerç de qualitat, professionalitzat, innovador, proper, atractiu, que genera riquesa i llocs de treball a la ciutat i alhora fomenta la convivència, la cohesió social i representa una marca pròpia.

És un dels sectors estratègics de la ciutat, tant pel seu pes econòmic i generador d'ocupació, com pel seu paper integrador i cohesionador, que vertebrava i dinamitza els barris i enriqueix la vida quotidiana. Es tracta d'un comerç de proximitat, singular, de qualitat i culturalment divers, que dota d'identitat a Barcelona, alhora que actua com a reclam turístic i és un testimoni de la història i el paisatge urbà de la ciutat. Prop de 59.000 comerços i serveis estan actius, amb una distribució rica i diversificada, que garanteix a la ciutadania una oferta comercial i de serveis estable.

La restauració també ocupa un lloc destacat a la ciutat de Barcelona. Es tracta d'un sector potent, de qualitat, sostenible i compromès amb l'entorn, que inclou més de 10.000 bars i restaurants. És un sector que promou el producte ecològic i de proximitat; contribueix a crear uns barris més dinàmics, segurs i atractius, i és l'aparador d'una part important de la nostra cultura davant els visitants.

La sostenibilitat també és un valor a promoure en aquest sector. Barcelona vol convertir els seus restaurants en referent de la sostenibilitat ambiental. L'objectiu és ser un referent de la gestió sostenible en l'àmbit de la restauració, tant des del punt de vista ecològic com econòmic o social, i que aquest tipus de restauració esdevingui eix estratègic de reactivació social, cultural i econòmica a la ciutat, especialment en el marc de Barcelona com a capital Mundial de l'Ambientació Sostenible 2021.

Els reptes que hi ha són nombrosos i variats. Per esmentar-ne alguns: afavorir la competitivitat del comerç; consolidar la participació del sector; avançar en la seva digitalització; potenciar encara més la compra local i de proximitat per generar riquesa i reduir la mobilitat i la contaminació; innovar en la col·laboració publicoprivada per aconseguir uns territoris socialment responsables; protegir el nostre comerç emblemàtic; apostar per models d'èxit en les associacions comercials i reforçar-ne la professionalització, i en general continuar elevant la ja notable qualitat del nostre comerç, per adaptar-lo més a les necessitats de tot tipus de consumidor i perquè segueixi contribuint a fer de Barcelona una ciutat més sostenible i amigable.

Altrament, el model econòmic es materialitza a través de les relacions de consum, definides en el Codi de Consum de Catalunya, com els processos d'informació, l'oferta, la promoció, la

publicitat, la comercialització, la utilització, la venda, i el subministrament de béns i serveis, i també les obligacions que se'n derivin.

En l'àmbit de la política econòmica impulsada per l'Ajuntament de Barcelona, els serveis públics de consum són també una part activa d'una economia al servei de les persones i el sector d'empresa.

El salt tecnològic i la innovació digital que estan revolucionant l'economia i per tant, també els models de consum, ha de ser compatible amb una ciutat que potencii i faciliti unes relacions de consum segures, sostenibles, locals i de proximitat, respectuosa amb els drets de les persones consumidores i que siguin un valor de confiança i fidelitat envers l'àmbit i l'activitat de l'empresa.

Les polítiques municipals de consum es justifiquen doncs, per la seva capacitat d'informar i assessorar per fomentar un consum equilibrat i racional, que es garanteixin els drets en consum i en el seu cas, atendre els conflictes en les relacions de consum mitjançant la mediació i l'arbitratge.

Per impulsar aquestes polítiques públiques, s'estableixen els Serveis Públics de Consum que en el cas de Barcelona són l'OMIC (Oficina Municipal d'informació a les persones Consumidores).

Els serveis municipals públics en consum, doncs, tenen un paper clau per assolir aquest objectiu mitjançant la informació, la comunicació i l'educació en l'àmbit del consum.

L'OMIC, com a oficina d'atenció directe d'informació a la ciutadania de Barcelona, amb una atenció diversificada i de proximitat, presencial, telefònica i telemàtica, fan de la informació, la comunicació i l'educació i la mediació les eines preventives perquè en les relacions de consum es respectin els drets de les persones consumidores.

VISIÓ I MISSIÓ

VISIÓ

Que el comerç de Barcelona, com a motor econòmic de la ciutat, sigui un espai de trobada, vertebrador de valors socials i sostenibilitat, liderat per uns professionals reconeguts i un teixit associatiu innovador i competitiu.

Que Barcelona esdevingui una ciutat educadora i participativa per a un consum informat, reflexiu, conscient, crític i satisfactori, que potencii i faciliti unes relacions de consum, segures, sostenibles, locals i de proximitat, que doni l'oportunitat en la transició del comerç i consum tradicional cap un model d'e-commerce i d'e-consumer i que ofereixi uns serveis

públics municipals de consum que garanteixin els drets de les persones i col·lectius i impulsin la mediació com a resolució dels conflictes en consum

MISSIÓ

El comerç de Barcelona proporciona productes de qualitat, promou l'economia i l'ocupació, i vertebrava l'articulació social dels barris. La compra de proximitat quotidiana és l'eix bàsic per mantenir el model de ciutat sostenible i responsable que volem. Cal educar i conscienciar la ciutadania sobre la responsabilitat que suposa l'acte d'anar a comprar així com difondre els drets dels consumidors.

Garantir la defensa i la protecció dels drets de les persones consumidores mitjançant

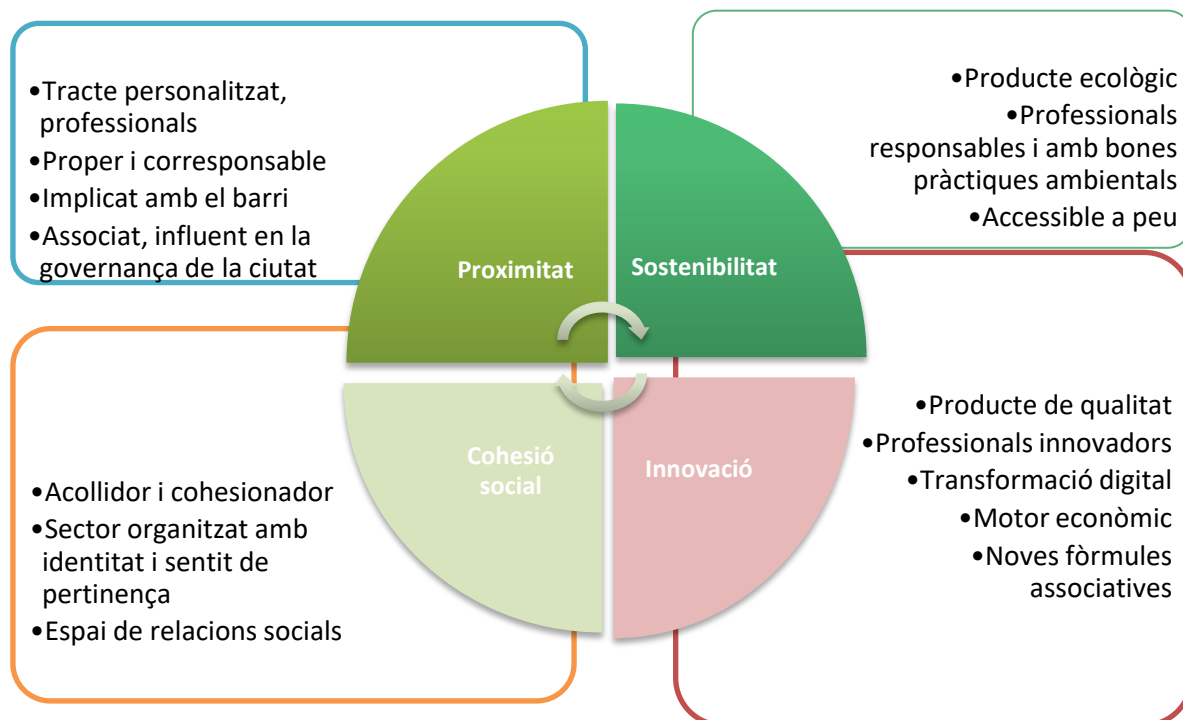
- 1.- la informació, difusió i educació en consum dels drets de les persones consumidores i fomentant un consum de bens i serveis, criteris de sostenibilitat, local i de proximitat, cultural, ambiental, socioeconòmica i lingüística.
- 2.- l'orientació i assessorament i tramitació de les seves consultes, queixes, reclamacions i denúncies en l'àmbit de consum, potenciant la mediació com a principal eina de resolució de conflictes de consum, amb la participació activa de les persones consumidores i del propi sector empresarial.

VALORS

Per tal de contribuir a l'impuls del Comerç, la Restauració i el Consum, com a sector estratègic de la ciutat, cal dissenyar un pla de comunicació que respongui als valors de proximitat, sostenibilitat, integració i innovació.

AGENTS

- ☐ Producte: de qualitat, variat i sostenible.
- ☐ Professionals: experts, tracte personalitzat, innovadors, professionals
- ☐ Comerç: distribuït per la ciutat, acollidor en la versió *offline*, també per canals digitals, vinculat al seu barri/entorn
- ☐ El sector: organitzat, actiu, motor econòmic.
- ☐ Ciutadania: responsable - coresponsable del model de ciutat que volem
- ☐ Persones consumidores





OBJECTIUS GENERALS DE COMUNICACIÓ

La tasca comunicativa de la Direcció de Comerç, Restauració i Consum ha d'anar dirigida a la consecució dels següents objectius:

Objectiu 1

Difondre l'activitat al voltant del comerç i generar consciència de la importància de compra en el comerç de proximitat.

Objectiu 2

Remarcar la qualitat, l'excel·lència i la importància del comerç de proximitat, sostenible i responsable.

Objectiu 3

Generar consciència del patrimoni comercial i la seva aportació com a valor cultural, històric i turístic.

Objectiu 4

Destacar la importància econòmica del sector de la restauració, i el seu valor social i comunitari que contribueix a la vitalitat dels barris, la generació d'interacció social en el nivell veïnal i la seva aportació a l'activitat a l'espai públic.

Objectiu 5

Promoure el sector de la restauració a Barcelona com un referent en sostenibilitat ambiental, compromès amb l'entorn i que ofereix productes de qualitat i proximitat.

Objectiu 6

Difondre els serveis municipals d'atenció al consumidor que garanteixen la seva protecció en l'àmbit del consum.

Objectiu 4

Difondre serveis i informació al comerciant. Promocionar la necessitat de canvi, innovació, transformació digital i millora competitiva.

Objectiu 5

Prestigiar la professió i atraure el talent jove i emprenedor, així com promoure la innovació, la transformació digital i la competitivitat.

Objectiu 6

Promoure la modernització de l'estructura associativa, la digitalització i reforçar l'atractivitat de les zones amb menys ocupació comercial.

Objectiu 7

Crear comunitat entre comerciants, entitats i ciutadania.

Objectiu 8

Posar en valor la oferta d'informació sobre consum responsable disponible als serveis d'atenció a les reclamacions en consum de l'OMIC.

Objectiu 9

Donar visibilitat als projectes i iniciatives des de l'àmbit de les associacions de consumidors.

Objectiu 10

Informar les persones consumidores i empreses sobre el dret al consum

Objectiu 11

Educar i formar en consum les persones consumidores, particularment els col·lectius especialment protegits pel codi de consum mitjançant la informació al web i activitats presencials o telemàtiques de formació.

Objectiu 12

Assessorar s les persones consumidores i empreses respecte els drets i deures i les formes d'exercir-los.

Objectiu 13

- ☐ Informar sobre les accions relacionades amb el consum impulsades per aquesta direcció.

Objectiu 14

- ☐ Difondre els serveis municipals d'atenció al consumidor que garanteixen la seva protecció en l'àmbit del consum.

Objectiu 15

- ☐ Posar en valor la oferta d'informació sobre consum sostenible, local i de proximitat disponible als serveis d'atenció a les reclamacions en consum de l'OMIC.

Objectiu 16

- ☐ Donar visibilitat als projectes i iniciatives des de l'àmbit de les associacions de consumidors.

Objectiu 17

- ☐ Posicionar l'Ajuntament de Barcelona com un ens que vetlla per les necessitats de les persones, per la sostenibilitat integral vinculada al consum

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del present contracte és els serveis d'assessorament, gestió de l'estratègia de comunicació, relacions públiques, coordinació i redacció de continguts en suports off/on line, producció audiovisual i programació i manteniment i actualització de webs.

2. LOTS DEL CONTRACTE

El present plec de clàusules tècniques està distribuït en dos lots:



Lot 1- L'assessorament i gestió de l'estratègia de comunicació, relacions públiques, coordinació-gestió i redacció de continguts en suports off line i on line (internet i xarxes socials)

Lot 2 - Actualització continuada, programació i manteniment de totes les pàgines del web <http://ajuntament.barcelona.cat/comerc> , <http://ajuntament.barcelona.cat/comerciescoles>, www.ajuntament.barcelona.cat/omic en base a la normativa de l'Ajuntament de Barcelona i adaptar la seva estructura als nous projectes i accions de la direcció de Comerç, així com el suport tècnic en el procés de publicació dels continguts.

2.1. LOT 1

2.1.1. Context

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

En el concepte comunicatiu, els webs i les xarxes socials ocupen un espai molt important, en tant que actiu essencial de la política de comunicació d'aquesta direcció. L'espai web informa de l'actualitat, normativa i eines pel comerciant i dels esdeveniments relatius al comerç per la ciutadania i les xarxes socials s'encarreguen de difondre aquesta informació.

Aquests canals digitals promocionen i fan seguiment d'informacions diverses i esdeveniments com la convocatòria de subvencions, jornades informatives dirigides al teixit comercial i als consumidors, l'acte de lliurament dels Premis Comerç de Barcelona i els Premis de Restauració, les exposicions de promoció del Comerç emblemàtic, l'entrega de premis punts de llibre del programa educatiu el Comerç i les Escoles, sessions d'assessorament, formatives i de transformació digital dirigides a comerciants.

Quant al canvi d'hàbits de consum i les noves tendències, fan necessari intensificar la informació, difusió i educació respecte dels drets de les persones consumidores i una atenció especialitzada en les noves necessitats del consumidor.

L'Oficina Municipal d'Atenció al Consumidor (OMIC), s'impulsen accions per afavorir el consum de proximitat i es posen a disposició dels consumidors i empreses els serveis municipals d'informació i assessorament del dret al consum, atenció a les reclamacions,

queixes i denúncies en l'àmbit del consum, i que garantitzen els drets dels consumidors mitjançant els procediments administratius de la mediació o l'arbitratge.

Un dels objectius principals és l'impuls del sentiment de comunitat entre tots els actors i les entitats que participen en el teixit comercial de Barcelona. Per promoure un vincle fort entre tots ells i generar un sentit de pertinença, cal que els canals de comunicació d'aquesta direcció tinguin un paper, més actiu i dinàmic, i que actuïn com un mitjà de referència i confluència entre tots els canals de comunicació del sector. Aquest plantejament requereix, doncs, una actitud més àvida i proactiva i la definició d'una estratègia per convertir els canals de comunicació de la Direcció en referents del comerç de la ciutat per comerciants i ciutadans.

En aquest sentit, informar i comunicar sobre les accions relacionades amb el consum impulsades per aquesta Direcció, esdevé un fet destacable, així com difondre els serveis municipals d'atenció al consumidor que garanteixen la seva protecció en l'àmbit del consum.

S'ha de posar en valor la oferta d'informació sobre consum sostenible, local i de proximitat disponible als serveis d'atenció a les reclamacions en consum de l'OMIC.

Aquests objectius, fan que l'Ajuntament de Barcelona es pugui arribar a posicionar com un ens que vetlla per les necessitats de les persones, per la sostenibilitat integral vinculada al consum.

La gestió dels canals digitals de la Direcció de Comerç Restauració i Consum durant l'any 2020 ha suposat el següent contingut:

WEB www.barcelona.cat/comerc

Publicació d'aproximadament de 2 notícies setmanals (català-castellà-anglès) i 5 vídeo anuals, i 1 video per cada esdeveniment o projecte de la direcció i elements audiovisuals per xarxes socials (inclou videos de curta durada).

Web programes educatius www.barcelona.cat/comerciescoles

L'actualització del contingut del web l'apartat de notícies i la nova programació de cada curs escolar.

Butlletí digital

Elaborat mensualment a partir de les notícies publicades als webs Comerç, Comerç i Escoles, Consum, OAE i altres notícies d'interès pel comerciant.

Twitter BCN Comerç

Publicació d'una mitja de 40 tweets setmanals.

Seguidors: 5246 seguidors

Instagram de Comerç

Nova xarxa social en aquest àmbit

Web Oficina Municipal d'Informació al Consumidor (OMIC):

<https://ajuntament.barcelona.cat/omic/es/>: aglutina informació sobre temes de consum a nivell municipal, així com informació de servei de la pròpia oficina.

Tanmateix, es el canal d'entrada per a totes les consultes i reclamacions que de forma telemàtica fan la ciutadania de Barcelona al servei de l'OMIC.

El web esta interconnectat amb el programa de gestió intern de l'OMIC, G-CONSUM, tutoritzat per l'Institut Municipal d'Informàtica (l'IMI)

2.1.2. Abast i condicions del servei:

L'objecte del Lot 1 es la prestació del servei d'assessorament, conceptualització i gestió de l'estratègia de comunicació, relacions públiques i coordinació, gestió i redacció de continguts en suports *off line* i *on line* (pàgina web i xarxes socials).

L'empresa adjudicatària d'aquest contracte haurà de posar els mitjans necessaris per a la realització dels serveis d'actualització dels continguts, en l'idioma del català i la gestió per la seva traducció a l'anglès i castellà, del web de comerç i comerç i escoles i xarxes socials de comerç, web de l'OMIC, així com els d'escolta activa, monitoratge i sistemes d'informació dels resultats de la seva gestió i de la repercussió mediàtica i social que en tingui.

El volum d'activitat ha de ser com a mínim un 10% superior al de l'any 2020 descrit anteriorment.

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

A) Assessorament i gestió de l'estratègia de Comunicació

1. Realitzar una auditoria inicial de la situació de partida de la gestió amb premsa i prescriptors, l'impacte del butlletí digital, el posicionament dels canals digitals i de les xarxes socials, i definir una metodologia de treball i coordinació amb la que es proposa treballar.



Pel que fa als continguts dels webs de Consum/OMIC realitzar també una auditoria inicial, anàlisi estratègic i proposta de reestructuració dels continguts dels webs del web de l'OMIC.

2. Realitzar serveis de coordinació dels dos lots, així com consultoria i assessorament en el disseny de l'estratègia de comunicació i de les diferents campanyes i elaboració de l'estratègia específica de continguts, relacions públiques, canals digitals i xarxes socials amb l'objectiu d'incrementar els seguidors i el teixit dels canals de comunicació de comerç, restauració i consum, tot creant una comunitat.

3. El disseny de les següents estratègies específiques així com el disseny de l'estructura del web.

- la transformació digital del comerç de Barcelona
- competitivitat
- observatori del Comerç, visor comercial
- dinamització de locals buits, projectes singulars
- programes de dinamització del territori
- recursos per la promoció del comerç de proximitat
- promoció dels emblemàtics
- la Campanya de Nadal
- el Programa el comerç i les escoles
- el Premi comerç de Barcelona
- actualitat consum
- serveis públics de consum (OMIC)
- línies estratègiques de consum

4. La difusió de totes les matèries relacionades amb el sector comercial i consum portades a terme per aquesta direcció.

5. Donar a conèixer i promoure les iniciatives singulars i innovadores de les entitats comercials que promoguin el comerç (benchmarking) i/o aportin valor afegit.

6. Redactar i actualitzar els continguts amb un termini màxim de 48 hores posteriors a l'encàrrec o l'acte al que faci referència de les activitats previstes. Així com la creació de textos per les pàgines webs.

En aquest sentit, serà responsable proactiu de la cerca i obtenció d'informació per elaborar els temes relacionats amb el sector comercial i restauració i haurà d'assistir als actes i esdeveniments per informar-ne pels diferents canals.

7. Realitzar el servei de recerca de notícies, webs (en d'altres webs de serveis públics de comerç, restauració i consum; per exemple l'Agència Catalana de Consum, Diputació de Barcelona, OMICs...), xarxes socials i premsa, respecte als temes d'interès pels destinataris del servei de comerç, restauració i consum.

A més, haurà d'atendre actes extraordinaris sobre els que caldrà elaborar continguts, i mantenir una escolta activa i de publicació en els canals digitals.

8. Suport a la redacció de continguts a altres Canals de l'Ajuntament de Barcelona on line i off line, o suplementats a altres mitjans per part de l'Ajuntament o de la direcció de Comerç, inclòs el manteniment de l'apartat notícies amb el gestor de continguts Wordpress.

9. Coordinar i gestionar la traducció dels continguts al castellà i a l'anglès a través de qualsevol empresa homologada per l'Ajuntament de Barcelona. I coordinar i gestionar el manteniment del repositori de documents BCNROC.

Els costos de la traducció aniran a càrrec d'aquesta Direcció.

10. 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.

La redacció d'aquests continguts es farà en català com a llengua principal i es traduirà sempre al castellà i a l'anglès, garantint en tot moment la coherència amb l'estil de redacció de continguts de l'Ajuntament de Barcelona i amb altres línies estratègiques (missatges clau, objectius de comunicació).

11. Cercar relacions i connexions amb influencers.

12. Disseny, redacció i maquetació de programes, fulletons, informes, memories, amb un màxim de 5 programes o fulletons a l'any i maquetació de 4 informes o memories anuals.

13. Impressió de 10 exemplars de cada informe o memòria.

14. Redacció de pròlegs, presentacions de publicacions i elaboració de 6 presentacions en power point anuals.

15. Definir un protocol d'actuació en cas de comunicació de crisi i de reacció immediata en cas de fets, notícies d'especial interès per la Direcció.

16. Presentar informes mensuals d'evolució de continguts, KPI-indicadors de rendiment i resultats (posicionament SEO, popularitat, rellevància, indexabilitat,...) mitjançant un quadre de comandament o *dashboard*.

17. Presentar una memòria anual de l'evolució i del posicionament assolit en els diferents canals de comerç i consum.

B) Relacions Públiques – Premsa i canals off line

18. Fer suport per a la redacció de publireportatges conjuntament amb la direcció de Comunicació, pel que fa al comerç, restauració i consum.

19. Actualitzar i realitzar el seguiment del directori de contactes de premsa i gestió del mailing de distribució a través de l'eina digital.

20. Redacció d'una memòria anual de consum, així com suport en la redacció i producció dels continguts per materials comunicatius (fulletons, mesures de govern, presentacions...)

C) Internet i Xarxes socials

21. Publicar mínim dues notícies setmanals al web www.barcelona.cat/comerç, així com l'actualització dels diferents apartats del web de comerç, del web www.barcelona.cat/comerciescoles i del web de l'OMIC, www.barcelona.cat/omic

22. Redactar mínim quatre reportatges a l'any, per l'apartat destacats del web www.barcelona.cat/comerç, sobre temes estratègics de comerç i de la ciutat.

23. Tractar mínim quatre temàtiques anuals, per difondre continguts de l'Observatori de Comerç a través d'infografies explicatives.

En funció de la complexitat de la temàtica, indicada per aquesta Direcció, s'hauran d'incloure entre 4 i 10 imatges per cadascuna.

24. Elaborar el calendari editorial de la web www.barcelona.cat/comerç.

25. Confeccionar i tramitar mensualment el butlletí digital.

26. Gestionar i executar els enviaments d'emails per difondre esdeveniments i actes produïts per aquesta direcció i amb coordinació amb el departament de Comunicació.

27. Gestionar el posicionament SEO (*Search Engine Optimization*) basat en criteris com popularitat, rellevància on-page, indexabilitat...

28. Impuls i dinamització de **l'Instagram de Comerç**, amb l'objectiu d'obrir nous canals comunicatius amb la ciutadania en general i esdevenir canal de referència per associacions de comerciants, establiments i persones consumidores. Es publicaran setmanalment una

mitjana de 4 continguts (feed), 10 stories i un reel quinzenal. L'estructura de disseny haurà de ser similar a la de les publicacions del compte d'Instagram de @barcelona_cat. I els continguts a tractar seran: Darrere el taulell; Altaveu del Comerç; Agenda; Actualitat; Participació; Comerç emblemàtics.

29. Dinamitzar **el twitter de comerç**, (@BCN_Comerç), amb una intervenció d'un mínim de 40 piulades setmanals i anàlisi mensual de l'estratègia.

30. Retransmetir en directe a twitter un mínim de 4 actes de 2 hores de durada relacionats amb el comerç , la restauració i el consum.

31. Identificar i classificar els seguidors del twitter de comerç

32. Cerca e identificació de xarxes socials que puguin ser d'interès pel Comerç.

33. Idear e implementar accions per generar tràfic cap a les activitats dels Comerç de proximitat de Barcelona.

34. Proposar un mínim de dos campanyes, concursos i/o accions per contactar amb públics que puguin interessar al sector comercial i cercar possibles col·laboracions amb tercers.

35. Monitoritzar i escoltar activament les xarxes en referencia al comerç de Barcelona.

36. Generar per les Xarxes socials de l'Ajuntament de Barcelona continguts i crear biblioteques en el Hootsuite referents a comerç, restauració i consum.

Quant a comunicacions i notificacions als usuaris i destinataris dels serveis de l'OMIC, s'han d'adequar a la normativa municipal i les lleis de procediment administratiu comú i d'Administració electrònica i protecció de dades. Així com actualitzar els continguts i el disseny dels missatges i informació de la pantalla de l'espai d'espera de les dependències de l'OMIC adreçada als usuaris.

D) Producció audiovisual de comerç, restauració i consum.

37. Elaborar el material gràfic, fotogràfic i audiovisual (mitjançant photoshop o qualsevol altre programa necessari), complementari de la informació.

Els materials gràfics es construiran d'acord amb les pautes del departament de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, de la Direcció de Comerç, Restauració i Consum i de les agències de publicitat o empreses de disseny indicades en cada cas.

38. Produir un mínim de 4 vídeos anuals d'entre 1 i 2 minuts de durada al voltant de comerços de proximitat i 2 vídeos per explicar l'estratègia comunicativa per difondre els drets

dels consumidors. En aquest material audiovisual també s'haurà d'incloure aquells videos curts i postals animades per les xarxes socials.

39. Produir i dirigir un mínim de 4 sessions fotogràfiques anuals segons directrius d'aquesta direcció.

40. Coordinar una sessió de fotografia per il·lustrar els valors del comerç de proximitat, on sobretot apareguin comerciants duent a terme les seves tasques quotidianes.

41. Gestionar els permisos de drets d'imatge dels protagonistes de les fotografies.

42. Arxivar i realitzar el inventari de tots els productes audiovisuals en discs durs, i gestionar el directori de l'arxiu audiovisual en un document digital consultable i compartit.

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

- ☐ **1 coordinador de l'equip amb el perfil de titular superior en l'àmbit de la comunicació, el periodismo, la publicitat o el marketing**, amb dedicació exclusiva, les funcions del qual seran estudiar i definir l'orientació dels objectius marcats, participar en la definició de l'estratègia de comunicació, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques, vetllar pel seu contingut i la seva correcta edició i publicació i coordinar els projectes globals. Relacionar-se amb els mitjans de comunicació, planificar continguts off i on line i redacció de notícies i reportatges. Es requerirà l'assistència a una reunió estratègica setmanal.
- ☐ **1 titulat en Grau de comunicació, publicitat, periodismo, màrqueting o equivalent**, amb dedicació exclusiva. Les seves funcions seran la cerca de continguts, redacció textos i desenvolupament d'estratègies de màrqueting a la xarxa per promoure el comerç de proximitat i els seus valors, creant comunitat i amplificar la difusió. Es requerirà a l'assistència a una reunió quinzenal.
- ☐ **1 fotògraf i càmera**, sense dedicació exclusiva. Les seves funcions són la realització de reportatges fotogràfics i productes audiovisuals per la promoció dels valors del comerç de proximitat i els projectes que es duen a terme.
- ☐ **1 dissenyador gràfic senior, sense dedicació exclusiva**. Les seves funcions són la creació de dissenys per suports comunicatius de la direcció i l'adaptació de campanyes municipals relacionades amb aquest sector.

Aquest personal haurà de treballar en equip multidisciplinari segons les tasques o gestió descrites, i experiència igual o superior a 5 anys en el desenvolupament de les tasques definides en cada cas, per poder fer dinamització i difusió a través de les eines digitals.

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.

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

2.2. LOT 2

2.2.1. Context

El suport a la innovació és un dels pilars d'aquesta Direcció, juntament amb la difusió dels principis de proximitat, sostenibilitat i responsabilitat. Aquesta preocupació porta la Direcció de Comerç, Restauració i consum a promoure la digitalització del comerç de la ciutat i a concebre la pàgina web del Comerç com a una eina fonamental per a donar a conèixer totes les iniciatives municipals en aquest àmbit, així com per articular una comunitat dinàmica entre tots els actors i entitats del Comerç de Barcelona.

Tanmateix el servei públic de consum (l'OMIC) està potenciant el canal telemàtic d'atenció a les persones consumidores, el que suposa una prioritat en informar, educar i publicitar l'actualitat en els drets de les persones consumidores.

Per aquest motiu, es fa necessari mantenir i actualitzar el web actual en funció de les línies de treball vigents i enfocar-lo més als interessos del ciutadà, fent-lo més visual i dinàmic. Així mateix, cal dotar-lo de nous espais per promoure amb més eficàcia el model de comerç de proximitat, sostenible i responsable que volem.

L'objectiu de l'actualització i manteniment dels webs és donar a conèixer les iniciatives dirigides al comerç, restauració i consum de la ciutat impulsades des de l'Ajuntament de Barcelona i les diferents entitats que formen part del teixit d'entitats i associacions de l'àmbit del comerç de la ciutat, així com difondre els valors del comerç de proximitat i apropar-lo a la ciutadania.

2.2.2. Abast i condicions del servei:

L'objecte del lot 2 és el manteniment de continguts, millores i actualització dels webs de la Direcció de Comerç, Restauració i Consum, i els seus evolutius amb la finalitat d'oferir de manera continuada un servei públic de qualitat i amb la màxima actualització i d'acord als estàndards establerts per la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona. Els webs objecte del contracte són (amb les respectives versions en castellà i anglès):

- ☐ www.ajuntament.barcelona.cat/comerc
- ☐ www.barcelona.cat/comerciescoles
- ☐ www.ajuntament.barcelona.cat/omic

Les activitats que ha d'assumir l'adjudicatari dins d'aquest servei juntament amb la interlocució amb el/la referent de la direcció de Comerç, Restauració i Consum i els responsables de l'entorn tecnològic de l'Ajuntament de Barcelona, són:

- preparar els continguts per a la inserció als gestors dels webs, amb coneixement del gestor de continguts Drupal 9.
- gestió de l'adaptació de les imatges i creació de banners amb les seves versions idiomàtiques.
- preveure necessitats i proposar noves seccions i/o serveis.
- creació de grafics, taules, infografies, i/o iconografies i les seves versions idiomàtiques
- Revisió dels textos de les metadades de posicionament als cercadors i xarxes socials
- gestió de les alternatives de les imatges i comprovació i/o recerca d'enllaços en els idiomes corresponents.
- introduir els continguts als diferents gestors
- revisar i comprovar el correcte funcionament dels webs en les diferents resolucions i navegadors
- actualitzar continguts periòdics
- revisar i modificar periòdicament els enllaços trencats.
- gestions dels apartats promocionals i de destacats dels webs.
- assistència a l'equip de gestió de continguts de l'ajuntament, per aconseguir la màxima autonomia en la gestió de continguts a través dels nous sistemes d'informació de l'ecosistema web.
- Arxivar continguts obsolets dels webs d'aquest contracte.

- Creació de nou apartat de l'Observatori d'activitat econòmiques en planta baixa, així com adaptació mòduls. Desenvolupament de la pàgina a partir dels perfils de Drupal 9 existents i d'infografies per integrar-les en aquest apartat. Aquest apartat inclou tasques de conceptualització, disseny i programació amb un mínim de 4 pàgines.

Suport tècnic:

- creació i modificació dels punts de menú
- Desenvolupament de la nova pàgina de l'observatori d'activitats econòmiques en planta baixa amb disseny i programació.
- Creació d'un mínim de 3 landing page de campanya fora de l'estructura del site.
- complir les especificacions tècniques, legals i de continguts incloses en la Guia de Comunicació Digital (<https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital>) de la Direcció de Comunicació Digital.
- Totes les tasques encarregades es lliuraran actualitzades, amb el codi font i la documentació pertinent per tal que es pugui mantenir posteriorment.

☐ Suport gràfic:

- o Disseny de noves seccions i/o pàgines de detall
- o Creació d'un mínim de 4 landing page de campanya fora de l'estructura del site segons els models proporcionats per l'Ajuntament de Barcelona.
- o Adaptacions de disseny per als webs esmentats, a realitzar en relació a campanyes municipals que es desenvolupen des de les àrees amb què es treballa des de la Direcció.

La prestació del servei es realitzarà a les instal·lacions de l'empresa adjudicatària, amb reunions periòdiques amb els responsables de la Direcció.

Per a la prestació del servei requerit, l'empresa assignarà l'equip necessari que, com a mínim, es compondrà dels següents perfils:

- Responsable tècnic i/o analista funcional, planificar i gestionar el procés de publicació de continguts, participar en el procés d'actualització i manteniment dels webs i vetllar pel correcte assoliment dels objectius marcats. El perfil professional és

de formació mínima de graduat/da en publicitat i relacions públiques, comunicació audiovisual o similar i coneixements de Drupal.

- Dissenyador gràfic senior, graduat en disseny gràfic o publicitat i relacions públiques o equivalent. La seva funció serà dissenyar pàgines web, seccions o apartats, a partir del llibre d'estil gràfic proporcionat per l'Ajuntament de Barcelona, utilitzant els themes facilitats per l'equip de Canals Digitals de Comunicació Digital. El perfil professional és de formació mínima de cicle formatiu de Grau Superior o Grau Universitari en disseny gràfic o creació digital.
- Programador web Sènior. Realitzarà i desenvoluparà la programació i adaptació d'apartats dins les webs d'aquest contracte, tenint en compte les consideracions específiques per l'Ajuntament de Barcelona. La seva formació mínima serà de cicle formatiu de Grau Superior o carrera Universitària a nivell Tècnic. Informàtic, i curs d'especialització en lletges de programació, principalment Drupal.

Aquest personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites, i experiència igual o superior **a 5 anys** en el desenvolupament de les tasques definides en cada cas.

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.

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

L'empresa també designarà un interlocutor per fer-se càrrec dels tràmits laborals que aquest equip precisi al llarg de la prestació d'aquest servei.

2. Requisits tècnics que han de complir tot els webs municipals:

L'empresa adjudicatària haurà de complir les especificacions tècniques, legals i de continguts incloses en la <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/> de la Direcció de Comunicació Digital i, per tant, garantir el compliment de les següents especificacions tècniques:

Disseny Gràfic

Seguiment de la línia gràfica establerta per aconseguir un disseny homogeni i propi alineat amb els llibres d'estil de la Direcció de Comunicació que permet associar un determinat canal a l'Ajuntament de Barcelona, tenint en compte que cada canal web té unes particularitats i uns requisits concrets.

Disseny Responsiu

El contingut del web s'ha d'adaptar a les característiques de qualsevol pantalla o dispositiu d'accés.

Gestors de continguts

L'Ajuntament de Barcelona actualment desenvolupa webs amb els gestors de contingut (CMS - Content Management System), Drupal i WordPress.

S'han establert un mínim de pautes en el desenvolupament de webs Drupal o WordPress per garantir la consistència dels projectes i l'homogeneïtat dels desenvolupaments dins l'entorn www.barcelona.cat.

Es disposa d'uns mòduls i plug-ins transversals que poden fer servir tots els webs municipals, alguns dels quals serveixen per invocar informació procedent de bases de dades corporatives.

Els webs objecte del contracte són Drupal i wordpress.

Accessibilitat

Els webs de l'Ajuntament de Barcelona han de complir els requisits d'accessibilitat de la Unió Europea que estan recollits al Reial decret 1112/2018, de 7 de setembre, sobre l'accessibilitat dels llocs web i aplicacions per a dispositius mòbils del sector públic.

Aquesta llei afecta també els webs municipals als llocs webs i aplicacions mòbils finançats per l'Administració pública.

Aspectes jurídics

En el desenvolupament d'un projecte digital s'han de preveure els requisits establerts en un ampli conjunt de normes estatals, autonòmiques i locals que regulen l'Administració electrònica, la transparència administrativa, la reutilització de la informació del sector públic, la propietat intel·lectual o la protecció de les dades personals. Tots els webs han d'incorporar el seu avís legal.

Actualització tecnològica

És imprescindible l'actualització tecnològica de les versions del software emprat en el desenvolupament dels webs, així com el funcionament correcte dels elements interactius.

Xifratge dels webs (HTTPS)

El web ha d'estar correctament desenvolupat perquè els navegadors els mostrin com a webs segurs. Cal seguir les pautes de xifratge establertes per la Direcció de Seguretat de l'Institut Municipal d'Informàtica.

Posicionament als cercadors

Cada web s'ha de posicionar en cercadors amb un treball de metadades fet de manera personalitzada, treballant cada pàgina i en cadascun dels idiomes del web. Al mateix temps, s'han de seguir les indicacions corporatives tant a la part de programació com a la de contingut.

Així mateix:

L'empresa adjudicatària haurà de garantir el compliment de les següents especificacions tècniques:

- ☐ Garantir que el desenvolupament de totes les tasques encarregades s'executaran en la versió tècnica de Drupal que determini la Direcció de Comunicació Digital .
- ☐ Garantir que les noves incorporacions puguin permetre la incorporació de Xarxes Socials, Vídeos, streaming, etc.
- ☐ Garantir que tots els nous continguts s'hauran es visualitzin correctament en tots els navegadors (Chrome, Explorer, Firefox, Safari, etc.).
- ☐ Garantir que tots els nous continguts estiguin allotjats als servidors municipals.
- ☐ Garantir que tots els nous continguts, que així sigui necessari, tinguin i disposin del Codi Google Analytics corresponent per aconseguir fer un seguiment d'indicadors, i sumi als indicadors. En cada ocasió que sigui necessari, el codi es facilitarà des del Departament de Canals Digitals, conjuntament amb la barra corporativa o altres indicacions.
- ☐ Garantir que tots els nous continguts incorporats siguin accessibles per a les persones amb discapacitats (ha de complir la doble A de les pautes WCAG 2.1).
- ☐ Garantir i tenir en compte el posicionament SEO d'acord amb les indicacions del Departament de Canals Digitals de la Direcció de Comunicació Digital. Altres:
- ☐ Els webs estan en tres idiomes (català, castellà i anglès); tots els evolutius, manteniments i actualitzacions caldrà que es realitzin sobre les versions de cada web.
- ☐ En cas de recollida de dades personals caldrà complir amb el Reglament General de Protecció de Dades (RGPD)

5. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

- Tot el projecte i sistema desenvolupat per a la realització d'aquest servei serà propietat de l'Ajuntament de Barcelona, Direcció de Comerç.

- La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empareda d'aquest contracte pertany a l'Ajuntament de Barcelona, Direcció de Comerç, de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.
- L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.
- L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a la Direcció de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona.
- L'empresa adjudicatària haurà de respectar en tot moment la imatge corporativa de l'Ajuntament de Barcelona.
- Una vegada acabada la prestació del servei l'empresa està obligada a fer el traspàs a la Direcció de Comerç 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 la Direcció de Comerç, seguint les indicacions de la Direcció de Comunicació Digital. Un mes abans de finalitzar el contracte, l'empresa haurà de fer un retorn de servei seguint els següents criteris:

Requeriments generals:

- ☐ Reunió de traspàs amb l'empresa, o equip involucrat
- ☐ Documentació per introducció de continguts
- ☐ Una setmana de suport per dubtes, per telèfon o email posterior a la reunió de traspàs.

Disseny:

- ☐ Màster i/o originals gràfics
- ☐ Tipografies utilitzades

Desenvolupament:

- ☐ Documentació tècnica: Amb el Funcional
- ☐ Traspàs de l'usuari admin.
- ☐ Backup de la bbdd i del codi font el dia de traspàs del projecte.
- ☐ Llistat de mòduls/plugins del CMS:
 - o Tipologies de continguts / camps
 - o Taxonomies
 - o Vistes /blocks
 - o Rols d'usuaris
 - o Theme aplicat
 - o Actualitzacions pendents de seguretat

- Parches a mòduls contribuïts aplicats i versió
- Mòduls custom detallats.

Barcelona, 24 de març de 2023.