

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES APLICABLE AL CONTRACTE DE
SERVEIS DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA RELATIU A L'ELABORACIÓ DEL
DISSENY I EXECUCIÓ D'UNA CAMPANYA DE COMERÇ RURAL EN EL MARC DEL
SUBPROJECTE "COMERÇ RURAL I ESSENCIAL: INNOVADOR, SOSTENIBLE I
EFICIENT" FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA – NEXT GENERATION EU**

Exp. 2023/0040591

1. Antecedents

2. Objecte

2.1 Objectius de la campanya

2.2 Definició de la campanya

3. Obligacions de l'empresa contractista

4. Desenvolupament dels treballs

4.1 Reunió inicial

4.2 Funcionament i desenvolupament de la campanya

5. Equip de treball

6. Reunions

7. Seguiment dels treballs

7.1. Control i seguiment per part de l'empresa

7.2. Control i seguiment per part de la Gerència de Serveis de Comerç
(GSC)

1. Antecedents

La Gerència de Serveis de Comerç (en endavant GSC) està executant les actuacions associades al Subprojecte del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència “Comerç rural i essencial: innovador, sostenible i eficient”, finançat per la Unió europea – Next Generation EU, tal com es detalla a l'Acte d'inici del present expedient de contractació.

El Subprojecte “Comerç rural i essencial: innovador, sostenible i eficient” és un projecte de dinamització i modernització del comerç rural com a estratègia de sostenibilitat territorial que té per objectiu frenar la despoblació rural millorant, d'una banda, l'aprovisionament de la població en els comerços rurals i, de l'altra, la sostenibilitat i viabilitat del sector.

Els objectius principals del Subprojecte són:

- Contribuir a frenar el despoblament rural a través del reforçament del comerç de proximitat.
- Garantir l'aprovisionament de la població a les zones rurals entenent el comerç com un servei essencial.
- Avançar en la competitivitat i la sostenibilitat dels establiments comercials, així com en la seva transformació digital.
- Transformar els comerços del món rural cap a una estructura més resilient que garanteixi la seva viabilitat.

2. Objecte

L'objecte d'aquest plec és la definició dels requeriments tècnics mínims que haurà de complir el contractista per a l'elaboració del disseny i l'execució d'una campanya per a dinamitzar i modernitzar el comerç rural.

2.1 Objectius de la campanya

1. **Estimular les compres als comerços rurals:** Incentivar a les persones residents locals i visitants a comprar als comerços rurals, augmentant així les vendes i impulsant l'economia local.



- 2. Augmentar la visibilitat dels comerços rurals:** Millorar la visibilitat i consciència de la comunitat sobre els comerços rurals participants.
- 3. Afavorir les relacions entre municipis:** Establir i reforçar vincles entre diferents municipis rurals i la seva cooperació.
- 4. Premiar i reconèixer la fidelitat de la clientela:** Premiar la clientela que recolza els comerços rurals amb oportunitats d'experiències úniques, com les visites a altres municipis i l'obtenció de lots de productes locals.
- 5. Augmentar la identitat local:** Reforçar la identitat local i el sentiment de pertinença a través de la participació activa en iniciatives que beneficiïn el comerç rural i la seva sostenibilitat.
- 6. Recollir dades i avaluació:** Recopilar dades rellevants sobre la participació de les persones consumidores, l'augment de vendes als comerços participants i altres indicadors clau per avaluar l'impacte i l'èxit de la campanya.
- 7. Fomentar la sostenibilitat del comerç rural:** Contribuir a la sostenibilitat del comerç rural assegurant un flux continu de persones, augmentant la diversitat de productes i millorant la imatge i la percepció dels comerços locals.

Aquests objectius reflecteixen els propòsits fonamentals de la campanya, que busca no només augmentar les vendes sinó també crear un impacte positiu a llarg termini en la vitalitat dels comerços rurals.

2.2 Definició de la campanya

La campanya té com a objectiu principal posar en valor el paper del comerç de proximitat com a dinamitzador dels municipis rurals, contribuint al seu desenvolupament econòmic i social. Pretén incentivar les compres als comerços locals, fomentar la interconnexió entre municipis similars i augmentar el coneixement mutu del comerç local.

Aquesta campanya està adreçada a les persones residents en els municipis participants en la campanya, sens perjudici que hi puguin participar d'altres persones no residents als municipis participants.

La campanya busca crear consciència sobre els beneficis d'optar pel comerç local. Utilitzarà diferents mitjans i estratègies per difondre aquests missatges i fomentar la participació activa de la comunitat en aquesta iniciativa.

En aquesta campanya hi participaran un total de 15 municipis rurals (menys de 5.000 habitants) de la província de Barcelona i, entre un mínim de 80 i un màxim de 90 establiments comercials. Els municipis estan situats a les comarques de l'Anoia, Bages, Berguedà, Moianès i Osona.

Les persones que realitzin compres en establiments dels municipis participants rebran una butlleta per cada compra que, posteriorment, podran dipositar en una urna situada al mateix comerç. Cada establiment rebrà un talonari de 100 butlletes. El valor mínim de despesa a realitzar, per rebre la butlleta i participar en el sorteig, serà determinat per cada establiment, ja que la varietat de comerços rurals no permet fixar una despesa fixa i unitària per a tots els establiments comercials, però ha de tenir el valor necessari per a incentivar la participació en el sorteig.

Aquest sistema de butlletes busca incentivar la participació activa de la clientela i recompensar-la pel seu suport als negocis locals. Per una altra banda, es pretén donar a conèixer el comerç d'altres municipis rurals adherits a la campanya.

El repartiment de butlletes tindrà una durada de 14 dies en cadascun dels municipis participants, de forma simultània. Al final d'aquesta fase de la campanya es realitzarà un sorteig entre les butlletes dipositades a l'urna. De cada municipi sortiran 14 persones guanyadores (més acompanyant), que visitaran algun dels municipis participants. En total hi haurà 420 persones guanyadores.

El premi consistirà en una experiència rural: visitar un municipi, el seu entorn i el seu comerç i, posteriorment, gaudir d'un dinar promocionant la restauració i els establiments de la zona. A més del dinar, les persones guanyadores també rebran un lot de productes dels comerços participants, incentivant així la descoberta de productes locals d'aquests territoris. Aquestes visites als municipis es realitzaran durant el mes i mig posterior a la tancada de la campanya de promoció local, en la que es repartien les butlletes.

Aquesta campanya no només pretén animar les compres locals sinó que també vol crear una experiència positiva per a la clientela, oferint-li l'oportunitat de gaudir d'una sortida

gastronòmica i descobrir nous comerços i productes, tot promocionant l'intercanvi i suport entre els diferents municipis participants.

3. Obligacions de l'empresa contractista

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 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 l'empresa contractista en la interpretació d'aquests manuals).

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-ngeu> (proporcionat per la Diputació de Barcelona. La Diputació acompanyarà l'empresa contractista en la interpretació d'aquests manuals).

Tot el material proposat haurà de ser original, inèdit i dissenyat expressament per a aquest contracte, ja sigui directament per l'empresa 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 disseny de tots els elements haurà de tenir en compte aspectes d'accessibilitat, a fi de garantir la inclusivitat de les persones i la seva diversitat.

L'empresa contractista ha de cedir i gestionar tots els drets d'autor, imatge, fotografia i il·lustracions del material elaborat en el marc d'aquest projecte. La supervisió i l'aprovació del disseny anirà a càrrec de la Diputació de Barcelona.

4. Desenvolupament del treball

4.1 Reunió inicial

En el termini màxim d'una setmana de la signatura del contracte, l'empresa contractista i la Diputació de Barcelona realitzaran una primera reunió per tal de:

- Informar de l'equip tècnic operatiu del seguiment i control del treball, compost per personal tècnic de la Diputació de Barcelona.

- Resoldre els possibles dubtes sobre els objectius de la campanya objecte del contracte.
- Establir els elements clau (missatges) que es volen transmetre.
- Acordar el cronograma de treball definitiu.

4.2 Funcionament i desenvolupament de la campanya

a) Funcionament de la campanya

1. Cada comerç disposarà d'1 talonari de 100 butlletes, 1 urna, 1 cartell i 10 flyers explicatius de la campanya. Es preveu la participació d'un total previst de 80 establiments comercials de tots els municipis participants.
2. La resta de cartells i flyers es distribuïran entre els municipis participants.
3. Durant 14 dies, per cada compra realitzada als establiments comercials, es donarà una butlleta a la persona, que haurà d'emplenar i introduir a la bústia.
4. Les persones participants han de ser majors d'edat (mínim 18 anys).
5. Al finalitzar la campanya es realitzarà el sorteig de 14 premis per cada municipi participant. Els premis consistiran en una visita guiada a algun dels 14 municipis. Les persones premiades podran anar acompanyades d'una altra persona.
6. Les 14 persones guanyadores (i acompanyants) hauran d'assistir, el dia que se les convoqui, al municipi que els hagi tocat per gaudir del seu premi. El desplaçament al municipi a visitar es farà per compte de la persona guanyadora.
7. Un cop al municipi, les persones guanyadores (i acompanyants) faran una visita guiada pels llocs més emblemàtics del poble, gaudiran d'un dinar i rebran un lot de productes locals (un per guanyador/a).

b) Fases de la campanya

La campanya té una durada total de 4 mesos. Durant aquest termini, l'empresa contractista haurà de realitzar les següents tasques:

b.1. Disseny de la imatge de la campanya:

Crear una identitat visual atractiva que representi la naturalesa del sorteig i comuniqui clarament els beneficis de participar. Això inclou el disseny de logotips i material promocional.

Caldrà crear una idea creativa (missatge eslògan i imatge) que sigui entenedora per al públic objectiu.

El to de la comunicació haurà de ser **proper, inspirador, positiu, alegre, dinàmic**. Haurà d'emocionar, crear impacte i ganes de comprar en els comerços locals. La clau del missatge és transmetre l'amor i la passió que els negocis locals posen en els seus productes o serveis i com aquests contribueixen a enriquir la comunitat local.

La campanya de comunicació ha de generar un impacte significatiu en la clientela i motivar-la a comprar localment.

Un cop escollida per l'empresa la proposta de campanya de comunicació, la GSC podrà demanar a l'empresa els canvis oportuns per tal d'adaptar-la a l'objectiu final, amb un màxim de cinc canvis relacionats amb el concepte de creativitat aprovat.

b.2. Edició dels materials de difusió:

- Desenvolupar material de difusió com flyers, cartells i butlletes per als comerços participants. Aquests materials han de ser informatius i atractius per motivar la participació.

Peces gràfiques, vàlides tant per a la comunicació en línia com per ser reproduïdes en format físic:

- 1.000 flyers per als comerços i espais locals que els municipis considerin adients.
- 250 cartells per penjar als comerços i espais locals que els municipis considerin adients.

Peces gràfiques per ser reproduïdes en format físic:

- 100 urnes de cartró per dipositar les butlletes. En un costat de les urnes es recollirà la informació sobre el tractament de les dades personals d'acord amb l'art. 13 del RGPD.
 - 100 talonaris amb 100 butlletes cadascun. Cada butlleta ha de recollir el nom i telèfon de la persona participant. La butlleta recollirà la informació sobre el tractament de les dades personals d'acord amb l'art. 13 del RGPD.
 - 1.000 bolígrafs o una altra peça d'escriptura de marxandatge.
 - 230 embalatges dels lots per introduir els productes locals. Aquests embalatges hauran de ser de cartró i han de contenir el lot de productes locals citat a la clàusula b.8 d'aquests plec. Hauran de tenir unes mides d'entre 20 i 40 cm d'ample, 20 i 40 cm d'alçada i 20 i 40 cm de profunditat, garantint que tindran cabuda tots els productes locals.
- Redactar les bases de la campanya per poder participar-hi, és a dir, les condicions a les quals està subjecte aquesta campanya, tenint en compte la normativa de protecció de dades vigent. Les dades recollides no es podran difondre sense la validació prèvia de la Diputació de Barcelona. L'objectiu d'aquest document serà establir les condicions de participació tant pels establiments comercials com al públic en general.

b.3. Comunicació de la campanya:

Posar a disposició dels ajuntaments i dels establiments comercials elements de difusió en format digital (xarxes socials i altres plataformes en línia), i dels elements físics de la campanya.

Aquest material ha de destacar els premis i incentivar la participació activa del públic:

- 2 peces virals per a les xarxes socials de 20-30", en català, i diferents versions (16:9, 1:1 i 9:16).
- Bàner animat.
- Imatge estàtica per a les xarxes socials (màxim 20% de text), adaptada a Instagram i X.

b.4. Coordinació amb els ajuntaments:

Establir comunicació amb els ajuntaments dels municipis participants per definir i explicar el funcionament de la campanya, l'execució dels premis, programar les dates de les visites, organitzar la preparació i el lliurament dels lots de productes locals i tots els aspectes relacionats amb el correcte funcionament de la campanya. És crucial assegurar una col·laboració efectiva amb els ens locals per a una execució sense problemes.

b.5. Coordinació amb els establiments comercials:

Establir la comunicació amb cada establiment participant per lliurar el material de la campanya, explicar el seu funcionament i acompanyar-los en la seva execució.

L'empresa inventariarà les urnes repartides i en farà seguiment fins al moment del sorteig.

b.6. Organització del sorteig:

Cada ajuntament determinarà el lloc, dia i hora per fer el sorteig dels premis.

L'empresa contractista recollirà les urnes dels establiments participants i les traslladarà al lloc del sorteig. S'ajuntaran totes les butlletes i s'extrauran 14 butlletes guanyadores i 6 més que quedaran en reserva per si alguna persona guanyadora renuncia al premi o no es pot localitzar.

Un cop realitzat el sorteig i es coneixin les persones premiades, l'empresa haurà de destruir totes les butlletes utilitzades al llarg de la campanya per la correcta protecció de les dades personals recollides. La destrucció de les butlletes s'haurà de fer atenent a totes les normatives que garanteixen la màxima confidencialitat.

b.7. Logística de les visites premiades:

Contactar amb les persones guanyadores i gestionar la logística associada a les visites als municipis, incloent-hi la planificació dels itineraris, el dinar i la recepció del premi del lot de productes.

Acompanyar les persones guanyadores el dia que gaudeixin del premi i realitzar un mínim de 5 fotografies de cadascuna de les diferents trobades de les

persones guanyadores als municipis que es visiten, per la qual cosa ha de disposar de la prèvia autorització per la captació i ús de les imatges, i de la informació del tractament de dades personals, d'acord amb la normativa d'aplicació.

b.8. Gestió dels premis

Coordinar les visites de les persones guanyadores als municipis destinataris, reservar els dinars i gestionar la compra i l'elaboració dels lots de productes dels comerços locals i el seu lliurament a les persones guanyadores.

L'empresa assumirà el cost de:

- 210 lots de productes locals valorats en un mínim de 25 euros cadascun i un màxim de 35 euros. Aquests productes s'hauran de comprar en els comerços del municipi i, cas de no tenir prou varietat de productes, s'hauran de comprar en els municipis més propers, en un radi de 50km a la rodona del municipi.
- 420 dinars valorats en un mínim de 18 euros cadascun i un màxim 25 euros. Els dinars es faran en un restaurant del municipi i, cas de no haver aquest tipus de servei, es farà en un restaurant el més proper possible al municipi.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament i dietes del personal de l'empresa contractista per a l'execució de la campanya seran a càrrec de l'empresa contractista.

b.9. Avaluació de la campanya

Una setmana abans de finalitzar el contracte l'empresa haurà de realitzar i lliurar un informe d'avaluació exhaustiu de l'impacte de la campanya, d'entre 8 i 10 pàgines, incloent-hi indicadors com el nombre de participants, l'augment de vendes als comerços participants i la resposta general del públic. Aquesta avaluació serà crucial per aprendre de l'experiència i millorar futures iniciatives similars.



5. Equip de treball

L'empresa contractista haurà de garantir l'estabilitat i l'experiència necessària del personal que participa en l'execució del contracte per tal que pugui dur a terme de manera satisfactòria les tasques que li són encomanades.

L'empresa 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:** farà la tasca de direcció i supervisió. També ha de dur a terme les tasques de coordinació amb la Diputació de Barcelona i el personal dels ajuntaments participants. Haurà de disposar de:
 - Experiència mínima de dos anys, en l'àmbit de treball amb establiments rurals i/o campanyes comercials en zones rurals.
- **2 Tècnics/ques:** faran la tasca de contacte amb els establiments i persones guanyadores. Hauran disposar de:
 - Experiència mínima de dos anys, en l'àmbit de treball amb establiments rurals i/o desenvolupament de campanyes comercials en zones rurals.

Per tal de dur a terme correctament els servei descrits, el personal adscrit al contracte haurà de tenir sensibilitat per abordar el caràcter rural dels establiments comercials i les seves especificitats.

L'empresa 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.

L'empresa contractista assumeix l'obligació que el personal que hagi de relacionar-se amb els municipis i establiments comercials posseeixi un coneixement suficient del català i castellà per dur a terme en aquesta llengua les tasques d'atenció i comunicació, garantint així el dret ser atesos en aquesta llengua. Aquesta obligació es considera essencial. També assumeix l'obligació d'informar de manera immediata la Diputació de Barcelona i el personal tècnic dels ajuntaments davant qualsevol incidència que afecti el desenvolupament del contracte.

6. Reunions

A demanda de la Diputació de Barcelona, es faran reunions mensuals, a les dependències pròpies de la Diputació de Barcelona, en les quals es farà un repàs exhaustiu de cada tasca, així com del cronograma acordat.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal de l'empresa contractista per assistir a aquestes reunions seran a càrrec de l'empresa contractista.

7. Seguiment dels treballs

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

L'empresa contractista haurà de designar una persona responsable de la gestió de l'execució del contracte i de realitzar les tasques de coordinació, 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:

7.1 Control i seguiment per part de l'empresa contractista

La persona referent que hagi designat l'empresa realitzarà les funcions següents:

- Supervisar les tasques que s'estiguin duent a terme per part de la resta de l'equip.
- Resoldre les incidències que puguin sorgir durant l'execució de les tasques i reportar-les a la GSC sempre que sigui oportú.

7.2 Control i seguiment per part de la Diputació de Barcelona

La GSC de la Diputació de Barcelona serà responsable de les següents funcions generals:

- Portar a terme la direcció tècnica del present contracte.
- Convocar la reunió inicial amb l'empresa contractista i fer-ne l'acta.
- Facilitar la coordinació entre les parts implicades, així com participar en les reunions que es derivin de la prestació del servei, si escau.
- Fer seguiment de totes les actuacions
- Lliurar a l'empresa contractista tota la informació i instruccions pertinents per al correcte desenvolupament dels treballs objecte del contracte
- Analitzar i validar la documentació lliurada per l'empresa contractista.
- Fer el 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 de l'empresa contractista i de 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 derivin del "Manual d'Identitat Visual del PRTR" elaborat per la Diputació de Barcelona.

La Subdirecció d'Imatge Corporativa i Promoció Institucional de la Diputació de Barcelona designarà una persona que tindrà les funcions següents:

- Supervisar i validar els treballs de comunicació i difusió de la campanya prevista.
- Supervisar la correcta aplicació de la marca de la Diputació de Barcelona i resta de logos que corresponen a aquesta actuació.

Metadades del document

Núm. expedient	2023/0040591
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	PPT expedient de contractació relatiu a l'elaboració del disseny i execució d'una campanya de comerç rural en el marc del Subprojecte "Comerç rural i essencial: innovador, sostenible i eficient"
Codi classificació	D0506SE27 - Serveis obert simplificat

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Sergi Vilamala Bastarras (SIG)	Responsable directiu Servei Promotor	Signa	07/05/2024 15:09

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
3648da5f926841b0a093	https://seuelectronica.diba.cat	

