

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES DEL SERVEI PER A LA CONCEPTUALITZACIÓ, DISSENY, PRODUCCIÓ I ADAPTACIÓ DE CAMPANYES PUBLICITÀRIES I DEL SERVEI DE GESTIÓ I DINAMITZACIÓ DELS CANALS DIGITALS I XARXES SOCIALS DEL SERVEI DE PROMOCIÓ DE CIUTAT I COMERÇ DE L'AJUNTAMENT DE MATARÓ

Plec de clàusules tècniques per a la contractació dels serveis per a la conceptualització, disseny, producció i adaptació de campanyes publicitàries i del servei de gestió i dinamització dels canals digitals i xarxes socials del Servei de Promoció de Ciutat i Comerç de l'Ajuntament de Mataró.

1.- CONTEXT

El Servei de Promoció de Ciutat i Comerç és el responsable de donar a conèixer i fer difusió de les accions i serveis dels àmbits de comerç i restauració, turisme, fires, mercats, promoció internacional i agermanaments.

Amb l'objectiu de donar visibilitat i fer arribar la informació als diferents públics objectius es fa necessària la planificació i execució de campanyes i accions de comunicació que es concreten en diversos suports off i on line. L'elaboració d'aquests suports necessita del disseny d'una creativitat que s'adapta a les diferents peces, dels canals off i on line, externs i interns amb que compta el Servei de Promoció de Ciutat de l'Ajuntament de Mataró.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és el servei de conceptualització, disseny, producció i adaptació de les campanyes i de diferents accions de comunicació.

La conceptualització inclou el desenvolupament creatiu que reculli l'estratègia definida pel Servei de Promoció de Ciutat i Comerç. Un cop validat el concepte creatiu es procedirà a desenvolupar la producció i el disseny gràfic per arribar a peces màster que posteriorment s'adaptaran als diferents suports i mides que es proporcionaran.

També forma part de l'objecte del contracte la gestió i manteniment dels continguts web i xarxes socials.

Objectius

El desenvolupament de les tasques objecte del contracte han de donar resposta als objectius següents:

- Adaptar l'estratègia de comunicació i promoció projectant els elements singulars i els atributs diferenciadors de Mataró de manera consistent, coherent i dirigida als mercats i públics objectiu.
- Respondre als objectius de comunicació de cadascuna de les accions i campanyes de comunicació.
- Generar connexió emocional i sentiment d'orgull de la ciutadania vers Mataró.
- Impulsar la potencialitat de Mataró com a porta d'accés a Barcelona assumint-ne plenament la seva capitalitat de comarca.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	1/8



- Consolidar un model de ciutat complementari i experiencial, associat a les motivacions de visita: comerç, restauració, fires, platges de dia i de nit, front marítim i cultura.
- Convertir el turisme, el comerç i la restauració en sectors econòmics que generin riquesa i ocupació a la ciutat.

3. PÚBLICS OBJECTIU

Es determinarà en cadascun dels briefings de cada acció de comunicació. Però en general es poden definir en dos:

- Persones o famílies de qualsevol part del món que fan estades o es desplacen per vacances a altres indrets de l'entorn i que fan sortides d'un dia, o persones de cap de setmana que volen descobrir nous indrets.
- Residents de Mataró i del Maresme, Vallès Oriental i Occidental i Osona. Persones que volen evitar l'estrès de les grans ciutats i les presses i que volen gaudir d'un dia de compres que puguin complementar amb restauració, platges i cultura.

4. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

La descripció dels serveis inclosos en l'objecte del contracte són els següents:

- Concepte creatiu de les campanyes i de les accions de comunicació amb el disseny i la producció fins arribar a peces màsters.
- Adaptacions de la creativitat de les campanyes i accions de comunicació a una llista que inclou peces on i off line que serà proporcionada juntament amb el calendari d'entrega.
- Producció d'un clip de vídeo de 20" per poder ser adaptat a formats digitals, xarxes socials i pantalles, tant en vertical com en horitzontal.
- Redacció del contingut de diferents falques de ràdio.

Entre les peces de la creativitat tant on com off line que poden sol·licitar-se hi ha: Banderols carrer, pòster, pantalles leds, mupis paper, mupis digitals, torretes, cartells, Roll-up o cartó ploma, anunci premsa paper o digital, banners web, banners xarxes socials, vídeos tipus clip, infografies, fotos, material gràfic (llibrets, díptics i/o flyers informatius...). Altres formats que el Servei de Promoció de Ciutat i Comerç requereixi dins del marc de l'objecte del contracte.

El format i característiques serà d'acord amb les instruccions, per a cada encàrrec concret, de la persona responsable del contracte de Comunicació del Servei o persona en qui delegui.

Principals campanyes

Fira d'atraccions

La Fira d'Atraccions és una de les fires més esperades pels infants de la ciutat. És una de les més grans de Catalunya. Durant 10 dies el Parc Central no només acull les atraccions sinó també una zona de bars i restaurants, amb una oferta gastronòmica variada, i la Fireta

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	2/8



de Primavera, on es podem comprar articles de regal i artesanía. Una oferta gastronòmica, lúdica i d'oci per a tots els públics.

Nombre aproximat d'adaptacions: 15

Fira de Sant Ponç

La Fira de Sant Ponç és una fira d'alimentació artesanal molt popular a la ciutat. Se celebra durant el primer cap de setmana de maig ben entrada la primavera. S'instal·len parades vingudes d'arreu de Catalunya amb una variada oferta de mel, confitures, herbes medicinals, caramels, galetes, formatges, embotits, olis, licors ...

Nombre aproximat d'adaptacions: 15

Comerç i restauració

Impulsar al comerç i la restauració, la seva qualitat, varietat d'oferta, amabilitat del botiguer, servei personalitzat... Rememorar el dinamisme de la ciutat, la seva vitalitat, la seva identitat, cultura, tradicions, la seva gent, la gastronomia i sobretot l'activitat habitual dels seu comerç i els seus mercats.

Nombre aproximat d'adaptacions: 30

Promoció dels Mercats Municipals

L'eslògan "Mataró ciutat de mercats" te per objectiu fer difusió dels 9 mercats de Mataró com activitats d'atracció turística al mateix temps mantenir la clientela actual així com atraure a nou públic.

En el marc de la promoció dels mercats municipals, la marca "Collits a casa" sobre la que es basa la promoció dels productes conreats a Mataró i el Maresme per productors que tenen com a canal de distribució els mercats de Mataró. Una marca per a posar en valor el producte de proximitat i els mercats municipals com a format comercial mediterrani, i promoure un model de consum de productes de proximitat que permet mantenir una activitat agrícola al municipi i la comarca alhora que acosta qualitat i salut al consumidor.

Nombre aproximat d'adaptacions: 30

Setmana de la Natura a Mataró

Mataró organitza la Setmana de la Natura, una iniciativa que impulsa activitats com la conservació i la descoberta de la natura i el medi ambient amb la voluntat de posicionar Mataró com un referent a nivell de Catalunya. Es pretén posar en valor i donar a conèixer tots aquells actors de la ciutat que dediquen el seu dia a dia a cuidar el medi i que difonen el seu coneixement i les seves problemàtiques com són entitats ambientals, parcs naturals, ajuntament, biblioteques, escoles, empreses etc. També es persegueix que la ciutadania descobreixi els espais naturals, agrícoles, forestals i marítims de Mataró de manera que s'afavoreixi que la gent conegui la natura, hi connecti i la visqui per prendre consciència de la necessitat de tenir-ne cura.

Nombre aproximat d'adaptacions: 15

Estiu

Campanya que te per objectiu posicionar Mataró com a destinació turística i de proximitat per atraure als públics més propers a partir dels seus punts d'interès (platges, comerç, restauració, cultura i front marítim) i també donar a conèixer el ventall d'activitats que es poden fer al Port durant tot l'any.

Nombre aproximat d'adaptacions: 40

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	3/8



Nadal

Les festes de Nadal són moments essencials pel comerç i l'hostaleria, suposen un gran pes econòmic de la seva activitat anual, la campanya ha de contribuir a la dinamització del comerç i la restauració i en generar atractiu per als residents i no residents. Mostrar que per Nadal la ciutat és plena d'al·licients per comprar, divertir-se, menjar i combinar-ho amb les tradicions de sempre: Fira de pessebres, Pastorets, Cavalcada ...

Nombre aproximat d'adaptacions: 40

Altres requeriments

Altres campanyes que el Servei de Promoció de Ciutat pugui considerar que podran substituir algunes de les descrites o si són noves campanyes s'acompanyaran d'un increment de pressupost dins els límits legals establerts.

A totes les campanyes caldrà tenir en compte els criteris d'accessibilitat en la creació i producció dels materials de comunicació.

5. LOTS DEL CONTRACTE

El present contracte es divideix en dos lots:

Lot 1: Publicitat i disseny gràfic

Lot 2: Pla de gestió i dinamització dels canals digitals i xarxes socials

CPV 79341000-6 – Serveis de Publicitat (Lot 1)

CPV 79822500-7 – Serveis de disseny gràfic (Lot 1)

CPV 72400000-4 – Serveis d'Internet (Lot 2)

LOT 1: CONCEPTUALITZACIÓ I DISSENY GRÀFIC

- Creació del concepte creatiu per a cada campanya, claim o eslògan i una línia gràfica. S'hauran de presentar tres propostes a nivell d'esbós per a cada campanya.

- Desenvolupament de la producció i el disseny de l'opció escollida.

- Adaptacions de la creativitat a les diferents peces.

- Proposta de nous formats, solucions innovadores i accions offline que augmentin la difusió i l'impacte de la campanya.

- Adaptacions i producció per a mitjans i suports digitals i xarxes socials: proposta creativa, copy i clip de vídeo de 20", infografies dinàmiques que afavoreixin la difusió a xarxes socials, també altres suports publicitaris als que es puguin adaptar i que ajudin a difondre missatges clau per a cada campanya.

- Falques de ràdio: Preparació de la proposta de guió d'una falca de ràdio en català de 20 segons, fins a dues veus, amb música i efectes de llibreria.

- Material gràfic: Disseny i maquetació d'aquest material en diferents formats: 3 flyers/tríptics, 1 desplegable de 6/10 cossos, 2 llibrets din-A5 (8/10 pàgines). No s'inclouen els costos de producció que es faran amb les impremtes proposades per l'Ajuntament.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33		
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança				
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)				
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI		Pàgina		4/8

- Memòria per a cada campanya amb el recull de les diferents accions, impacte, resultats i propostes de millora.
- Producció i lliurament d'arts finals i màsters segons la planificació prevista per a cada campanya.

Metodologia i equip de treball

L'empresa ha designar un responsable únic que serà la persona interlocutora amb el Servei de Promoció de Ciutat i Comerç.

El responsable del Servei de Promoció de Ciutat i Comerç serà el referent i qui facilitarà a l'empresa adjudicatària el briefing creatiu on detallarà els antecedents del projecte, el públic a qui s'adreça i les peces concretes off i online que es necessitaran i que l'empresa haurà d'elaborar a partir de la conceptualització d'una creativitat.

L'empresa adjudicatària haurà d'elaborar 3 propostes creatives entre les quals s'escollirà la proposta final, que podrà ser adaptada a les necessitats de cada demanda.

La 3 propostes creatives es valoraran pel servei de Promoció de Ciutat i Comerç i també pel Servei de Comunicació.

A la finalització de l'encàrrec l'empresa haurà de lliurar tots els màsters de les peces.

El responsable del Servei de Promoció de Ciutat i Comerç subministrarà a l'empresa adjudicatària els textos revisats i traduïts que hauran d'incloure's en les diferents peces (claim, copys i textos). No obstant l'empresa ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical final de totes les peces de comunicació.

Equip de treball

L'empresa adjudicatària haurà de garantir en tot moment l'equip humà necessari per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic. Les persones de l'equip majoritàriament hauran de disposar de grau en publicitat, ciències de la comunicació, màrqueting o disseny gràfic.

Aquest personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites.

L'empresa designarà un interlocutor que es coordini amb el responsable del Servei durant la prestació d'aquest servei.

Els perfils necessaris per a la prestació del servei són els següents:

Director/a creatiu

Experiència professional: 3 anys en un lloc de treball similar

Funcions:

- Participar en l'estratègia de comunicació.
- Dirigir els equips de treball, planificar i assignar tasques.
- Coordinació i seguiment de tots els projectes i tasques encarregades.
- Interlocució amb els referents del Servei de promoció de Ciutat i Comerç.
- Seguiment del compliment dels calendaris presentats i aprovats pel Servei.
- Vetllar per al compliment dels objectius i estratègia, imatge i contingut, i la seva correcta edició i publicació.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	5/8



Cap de projecte

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar.

Funcions:

- Seguiment del lliurament del material de les aplicacions.
- Coordinació amb els responsables de comunicació del Servei i amb els diferents participants en el procés creatiu i de producció fins el lliurament de peces o la seva instal·lació, cerca de proveïdors i validació per part del Servei de Promoció de Ciutat i Comerç.

Copy

Experiència professional: 2 anys en un lloc de treball similar.

Funcions:

- Redacció del material de campanya (inclòs guió de la falca)
- Revisió i correcció ortogràfica dels continguts.
- Responsable de la creativitat i originalitat textual de la campanya i la coherència amb la imatge gràfica.

Dissenyador/a, dissenyador gràfic

Experiència professional: 1 any en un lloc de treball similar

Funcions:

- Aplicacions de la imatge de marca.
- Disseny d'infografies i altres peces creatives en format estàtic.
- Producció de les adaptacions necessàries per a la campanya.
- Muntatge de peces audiovisuals.
- Aplicacions animades de la imatge de marca (GIF, infografies animades, etc.).

Altres requeriments

Altres campanyes que el Servei de Promoció de Ciutat pugui considerar.

Cal tenir en compte els criteris d'accessibilitat en la creació i producció dels materials de comunicació.

L'empresa adjudicatària s'ha d'adequar a la normativa gràfica municipal així com ha de fer servir els logotips apropiats.

LOT 2: PLA DE GESTIÓ I DINAMITZACIÓ DELS CANALS DIGITALS I XARXES SOCIALS

- Augmentar la visibilitat de la marca Visit Mataró.
- Analitzar la reconversió del perfil @collitsacasa en un nou perfil genèric del Servei de Promoció de Ciutat i comerç, destinat als sectors comerç, restauració i fires (en desenvolupament).
- Elaborar i actualitzar l'estratègia social media dels canals socials @visit_mataro.
- Mesurar, comparar i contrastar les campanyes realitzades per aconseguir el millor resultat i millorar el seu rendiment.
- Dinamitzar els 3 canals socials de @visit_mataro i estudiar la possibilitat d'incloure el canal Tiktok.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQKAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	6/8



- Gestió dels diferents perfils de xarxes socials vinculats a la marca paraigües «Visit Mataró», incloent en aquest cas les possibles activacions de nous perfils, com Tik Tok.
- Elaboració de propostes innovadores per tal de dinamitzar els diferents canals socials de @visit_mataro i que afavoreixin una millora en els resultats.
 - Millorar l'interacció amb el públic incrementant el nombre de likes, comentaris, comparticions i fomentar la comunicació.
 - Crear contingut: Explicar el procés de creació de contingut, incloent la planificació editorial, el tipus de contingut (textos, imatges, vídeos, infografies, etc.) i la freqüència de la publicació.
 - Adaptar aquest contingut a les diferents xarxes socials @vist_mataro (Twitter, Instagram, Facebook i possible Tik Tok).
 - Descriure les estratègies amb el responsable del Servei de promoció de Ciutat i Comerç per fomentar la interacció amb els seguidors, respondre a comentaris i missatges, i gestionar la reputació online.
 - Detallar com es gestionaran les campanyes publicitàries i les promocions a través de les xarxes socials amb l'objectiu de crear un sentiment de comunitat entre persones seguidores.
 - Proposta, valoració i assessorament en la cerca de comunicadors de social media com d'influencers i bloggers per cobrir diferents segments i temàtics dins de les accions i seccions de Promoció de Ciutat.
 - Explicar les eines i mètodes que s'utilitzaran per monitorar el rendiment de les xarxes socials incloent les KPIS definides conjuntament amb el Servei de Promoció de Ciutat i Comerç. Analitzar i realitzar informes de rendiment de les xarxes mensualment.
 - Efectuar inversions en anuncis als canals socials que haurà d'assumir l'empresa adjudicatària del contracte i que s'efectuaran prèvia aprovació de la campanya.
 - Manteniment del web visitmataro.cat: actualització, revisió, redacció, correcció i publicació de continguts d'actualitat. Propostes de millora del web visitmataro.cat.
 - Explicar les eines que s'utilitzaran per millorar el rendiment del web. L'empresa adjudicatària serà la responsable de la introducció dels continguts en el gestor de continguts.
 - Introduir les activitats d'interès per a la promoció de Mataró a l'agenda del web visitmataro.cat a través de l'editora corresponent.
 - Redactar, maquetar i preparar els butlletins sectorials a través de l'e-mailing. Es fa un enviament mensual d'un butlletí informatiu. A més, es fan enviaments puntuals amb motiu d'actes i altres activitats destacades. S'hauran de redactar els continguts i maquetar-los en la pàgina corresponent.

Metodologia i equip de treball

L'empresa que gestioni el servei ha d'assegurar un equip de treball professional i suficient per desenvolupar les tasques esmentades amb experiència prèvia en estratègia digital durant els últims 3 anys.

L'equip ha de cobrir alguns d'aquests perfils:

- Grau en periodisme, publicitat, màrqueting
- Social Media Strategist
- Cursos oficials de gestió de xarxes socials o Community Manager
- Cursos oficials d'anàlisi digital
- Cursos oficials de SEO
- Cursos oficials d'optimització de campanyes digitals
- Cursos oficials d'eines de comunicació online

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	7/8	

A l'inici del contracte, s'haurà de presentar el Social Media Plan que guiarà el treball diari i l'estratègia de comunicació a les xarxes @visit_mataro.

Haurà d'existir una estreta col·laboració entre la persona responsable del servei i l'equip extern de Social Media que gestioni les xarxes socials de @visit_mataro.

Aquests s'hauran d'encarregar de planificar i assignar les tasques encomanades, fer el seguiment dels objectius establerts i resoldre les incidències que puguin sorgir i analitzar els resultats.

6. DRETS DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Els originals quedaran en custòdia de l'Ajuntament de Mataró i l'adjudicatari haurà de conservar còpia almenys 10 anys des de la finalització de l'encàrrec.

Els drets de reproducció seran de l'Ajuntament de Mataró, l'adjudicatari tal i com estableix la llei de propietat intel·lectual té inalienables els drets morals i conservarà els drets de modificació. Les modificacions li hauran de ser demanades amb pressupost previ.

7. CLÀUSULA DE CONFIDENCIALITAT

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzat per l'Ajuntament de Mataró.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Data i hora	10/10/2024 15:47:33	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 6/2020, 11 de novembre, reguladora de determinats aspectes dels serveis electrònics de confiança			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (CAP DE SERVEI)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7UEHQAEH7Z7PKWNESJYCHMI	Pàgina	8/8	