

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EN LA
CONTRACTACIÓ DEL SERVEI D'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DE L'OFICINA
LOCAL D'HABITATGE DEL CONSELL COMARCAL DEL SEGRIÀ**

Expedient núm.: 679/2025

ÍNDEX DE CONTINGUT

1. CONTEXT GENERAL.....	2
2. OBJECTE DE LA LICITACIÓ.....	3
3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL SERVEI.....	3
3.1.- TASQUES A DESENVOLUPAR.....	3
3.2.- ABAST DE LES PRESTACIONS.....	5
4. DESTINATARIS.....	6
1. CIUTADANIA EN GENERAL.....	6
2. COL·LECTIUS ESPECÍFICS.....	6
3. AGENTS DEL SECTOR DE L'HABITATGE.....	7
4. ENTITATS SOCIALS I ASSOCIACIONS.....	7
5. ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES.....	7
6. MITJANS DE COMUNICACIÓ.....	8
5. RECURSOS HUMANS.....	8
1. DIRECTOR/A DE COMUNICACIÓ.....	8
2. DISSENYADOR/A GRÀFIC/A.....	9
3. ESPECIALISTA EN MÀRQUETING DIGITAL.....	9
4. REDACTOR/A DE CONTINGUTS.....	10
6. INFORMES MENSUALS I MEMÒRIA TÈCNICA FINAL DE SERVEI.....	10



1. CONTEXT GENERAL

El Consell Comarcal del Segrià té un compromís amb la millora contínua dels serveis públics en l'àmbit de l'habitatge, un dels pilars fonamentals per garantir el benestar social i econòmic de la ciutadania. En aquest marc, s'ha considerat prioritari reforçar la visibilitat i l'eficàcia comunicativa de l'Oficina Local d'Habitatge, òrgan que actua com a pont entre l'administració pública i les necessitats de la ciutadania en matèria d'habitatge.

L'habitatge no és només un recurs material sinó un dret essencial que influeix directament en la qualitat de vida de les persones. És per això que el Consell busca oferir respostes proactives davant els desafiaments actuals, com la dificultat d'accés a l'habitatge assequible, la promoció de polítiques de sostenibilitat i la necessitat d'una comunicació clara i efectiva que permeti als ciutadans entendre i accedir als recursos disponibles.

En els darrers anys, la societat ha evolucionat significativament, i amb aquesta evolució han sorgit nous reptes comunicatius. L'ús de les tecnologies digitals i les xarxes socials ha transformat la manera com les persones consumeixen informació i interactuen amb les institucions. Aquesta realitat planteja la necessitat de redefinir l'estratègia de comunicació de l'Oficina Local d'Habitatge per adaptar-se als nous canals i a les preferències canviants del públic objectiu.

A més, el Consell Comarcal reconeix que la imatge institucional de l'Oficina Local d'Habitatge és una eina clau per reforçar la confiança dels ciutadans i per projectar una percepció de proximitat i eficàcia. Una imatge corporativa sòlida i coherent no només millora la identificació visual sinó que també contribueix a establir una relació més propera i de confiança entre l'administració i la ciutadania.

Amb l'objectiu de fer front a aquests reptes, i partint del Pla d'Habitatge Comarcal, s'ha decidit impulsar un projecte integral que engloba la creació d'una nova identitat visual, el disseny d'una estratègia comunicativa moderna i eficient, i l'acompanyament tècnic continuat per assegurar la implementació d'aquestes accions al llarg dels propers tres anys. Aquest projecte no només busca millorar la comunicació la ciutadania sinó també consolidar l'Oficina Local d'Habitatge com un referent en la gestió i la informació en aquest àmbit.

Finalment, cal destacar que aquest esforç per definir l'estratègia de comunicació no es limita a una acció puntual sinó que es planteja com una aposta a llarg termini per enfortir les polítiques públiques d'habitatge i garantir que els recursos disponibles arribin de manera efectiva a qui més els necessita, a mesura que s'implementa el Pla d'Habitatge Comarcal.



2. OBJECTE DE LA LICITACIÓ

El present plec de clàusules tècniques té com a objectiu principal la contractació d'un servei professional i especialitzat que garanteixi una comunicació efectiva i coherent per a l'Oficina Local d'Habitatge del Consell Comarcal del Segrià. Aquest servei es concep com una eina estratègica per donar visibilitat a les accions de l'Oficina, enfortir la seva imatge institucional i millorar la percepció i l'accés dels ciutadans als recursos i serveis que aquesta ofereix.

Un dels pilars centrals d'aquesta licitació és la definició d'una imatge corporativa moderna, professional i reconeixible que reflecteixi els valors del Consell Comarcal del Segrià i la seva aposta per un habitatge accessible, inclusiu i sostenible. Aquesta identitat visual es construirà a través d'elements com el disseny del logotip, les tipografies, els colors corporatius i un manual d'identitat visual que asseguri la coherència en totes les aplicacions futures.

A més, el servei inclou el desenvolupament d'una estratègia de comunicació general que permeti connectar amb els diferents públics objectius de manera efectiva partint del Pla d'Habitatge Comarcal mitjançant:

1. **L'acompanyament en la comunicació del Pla d'Habitatge Comarcal:** Es proporcionarà suport integral en la difusió del Pla, assegurant que el seu contingut arribi de manera clara i comprensible a tots els actors implicats, incloent ciutadans, institucions i mitjans de comunicació.
2. **Campanya de comunicació inicial per al llançament del Pla:** Es dissenyarà i implementarà una campanya d'alt impacte per presentar el Pla d'Habitatge a la ciutadania..
3. **Secretaria tècnica de comunicació durant tres anys:** Es constituirà un equip de suport tècnic que donarà seguiment continuat a les accions comunicatives vinculades al Pla d'Habitatge.

3. DESCRIPCIÓ GENERAL DEL SERVEI

3.1 .- TASQUES A DESENVOLUPAR

Les tasques a desenvolupar en el marc dels servei són:

1. Definició de la Imatge Corporativa

- **Creació d'una identitat visual per a l'Oficina Local d'Habitatge:** Es desenvoluparà una imatge visual que reflecteixi els valors, la missió i la visió de





l'Oficina. Aquesta identitat garantirà coherència i reconeixement en tots els materials i comunicacions.

- **Disseny del logotip, tipografies, colors corporatius i manual d'identitat visual:** Es crearà un logotip distintiu, conjuntament amb una selecció de tipografies i una paleta cromàtica que reforcin la identitat de marca. El manual d'identitat visual recollirà les normes d'ús per assegurar la consistència en l'aplicació de la marca en diversos formats, harmonitzant-se amb la imatge corporativa del Consell Comarcal.

2. Definició de l'Estratègia de Comunicació General de l'Oficina

- **Anàlisi de públics objectiu:** Identificació i segmentació dels diferents col·lectius als quals s'adreça l'Oficina, com ara ciutadania, empreses, administracions o mitjans de comunicació. Es tindrà en compte les necessitats, interessos i preferències de cada públic.
- **Definició de canals de comunicació:** Selecció dels canals més adequats per arribar als públics identificats. Això inclou plataformes digitals (web i xarxes socials), mitjans tradicionals (premsa escrita, ràdio) i suports visuals (cartelleria, flyers).
- **Creació d'un pla de continguts periòdics:** Desenvolupament d'un calendari editorial amb continguts adaptats als formats i llenguatges de cada canal, incloent notícies, actualitzacions, consells i informació útil.
- **Formació inicial als responsables interns:** Sessions formatives per capacitar els responsables interns en la gestió i ús dels canals de comunicació, així com en la creació de continguts i resposta a les interaccions del públic.

3. Acompanyament a la Comunicació del Pla d'Habitatge Comarcal

- **Redacció i disseny de materials de difusió:** Creació de tríptics, infografies, presentacions i altres materials informatius que expliquin el Pla de manera clara i atractiva.
- **Coordinació amb mitjans de comunicació locals i comarcals:** Contacte regular amb mitjans de comunicació per garantir la cobertura mediàtica del Pla.
- **Organització d'actes i esdeveniments:** Suport al disseny d'activitats com rodes de premsa, jornades informatives o presentacions públiques per donar a conèixer els detalls del Pla a la ciutadania.





4. Campanya de Comunicació Inicial del Pla

- **Definició d'una estratègia de llançament:** Elaboració d'un pla específic per a realitzar una comunicació inicial del Pla.
- **Producció de continguts:** Creació de materials que potenciïn la visibilitat digital.

5. Secretaria Tècnica de Comunicació (3 anys)

- **Suport continu a la comunicació dels projectes del Pla:** Gestió i desenvolupament de les accions comunicatives necessàries per donar visibilitat als diferents projectes del Pla durant el període establert.
- **Monitoratge i anàlisi de l'impacte de les accions comunicatives:** Seguiment de les mètriques i indicadors clau per avaluar l'eficàcia de les accions realitzades i fer ajustos segons els resultats.
- **Reunions periòdiques de coordinació amb el Consell Comarcal:** Sessions de treball regulars amb l'equip tècnic per avaluar el progrés, planificar futures accions i resoldre necessitats emergents.

3.2.- ABAST DE LES PRESTACIONS

L'abast de les prestacions engloba un conjunt de serveis i activitats dissenyats per assegurar una comunicació efectiva, professional i coherent de l'Oficina Local d'Habitatge i del Pla d'Habitatge Comarcal.

Aquestes prestacions cobreixen tot el cicle de treball, des de la conceptualització inicial fins a l'execució, el seguiment i l'avaluació final, garantint que cada acció compleixi els objectius establerts

El projecte inclou l'abast territorial del Consell Comarcal del Segrià.

Els horaris de la prestació es pactaran entre els serveis tècnics del Consell Comarcal i l'adjudicatari i, en cap cas, el total d'hores dedicades podran excedir el màxim d'hores previst pel projecte



4. DESTINATARIS

La concreció del llistat de públics diana serà objecte del treball a desenvolupar per part de l'adjudicatària. No obstant, a continuació es llisten una sèrie de col·lectius que es consideren clau:

1. Ciutadania en general

- **Destinataris principals:** Totes aquelles persones que resideixen dins l'àmbit territorial del Consell Comarcal i que poden beneficiar-se directament o indirectament dels serveis de l'Oficina Local d'Habitatge.
 - o **Objectiu:** Difondre informació sobre els serveis oferts, els ajuts disponibles, i les iniciatives del Pla d'Habitatge Comarcal, promovent l'accés equitatiu a l'habitatge i fomentant la participació activa.

2. Col·lectius específics

- **Persones en situació de vulnerabilitat habitacional:** Ciutadania que es troba en risc d'exclusió residencial o amb necessitats especials en matèria d'habitatge.
 - o **Objectiu:** Facilitar informació accessible sobre ajuts i recursos per garantir el seu dret a l'habitatge.
- **Joves:** Persones que busquen accedir al seu primer habitatge o necessiten suport en el procés.
 - o **Objectiu:** Donar a conèixer programes i ajuts específics, així com opcions d'habitatge assequible.
- **Gent gran:** Població d'edat avançada amb necessitats específiques, com l'adaptació d'habitatges o l'accés a habitatge protegit.
 - o **Objectiu:** Promoure serveis i ajudes específiques orientades a garantir una vida digna i independent.

3. Agents del sector de l'habitatge

- **Propietaris privats i comunitats de veïns:** Persones o entitats interessades en gestionar o llogar els seus habitatges dins el marc del Pla d'Habitatge.





- o **Objectiu:** Informar sobre programes d'intermediació i ajuts per fomentar el lloguer social o la rehabilitació d'habitatges.
- **Promotors i constructores:** Empreses del sector interessades en projectes vinculats a l'habitatge públic o col·laboracions amb el Consell Comarcal.
 - o **Objectiu:** Facilitar informació sobre oportunitats de col·laboració i requisits tècnics.
- **Agents immobiliaris i administradors de finques:** Professionals que poden actuar com a pont per facilitar l'accés a l'habitatge.
 - o **Objectiu:** Implicar-los en la difusió dels programes del Pla i en accions de sensibilització.

4. Entitats socials i associacions

- **Entitats del tercer sector:** Organitzacions que treballen en l'àmbit social i poden donar suport a persones en situació de vulnerabilitat.
 - o **Objectiu:** Establir col·laboracions per arribar als col·lectius més necessitats i garantir una intervenció coordinada.
- **Associacions veïnals i plataformes ciutadanes:** Col·lectius locals amb influència a nivell comunitari.
 - o **Objectiu:** Fomentar la participació i sensibilització ciutadana sobre les polítiques d'habitatge.

5. Administracions públiques

- **Ajuntaments locals:** Administracions municipals amb qui col·laborar en aquest àmbit.
 - o **Objectiu:** Proporcionar recursos informatius i eines per facilitar la comunicació de les polítiques d'habitatge.
- **Altres organismes públics:** Administracions autonòmica i estatal amb competències o interessos en matèria d'habitatge.
 - o **Objectiu:** Coordinar esforços per garantir l'eficàcia de les accions comunicatives i les sinergies interadministratives.



6. Mitjans de comunicació

- **Mitjans locals i comarcals:** Premsa escrita, digital, ràdio i televisió amb capacitat de difondre informació a nivell local.
 - o **Objectiu:** Assegurar una cobertura mediàtica efectiva i positiva per arribar a tota la població.

Per cada grup destinatari, s'adaptaran els missatges, els canals i els formats de comunicació per garantir una transmissió efectiva de la informació, tenint en compte les seves necessitats específiques, el seu llenguatge i els canals de comunicació més utilitzats per cada segment.

5. RECURSOS HUMANS

L'empresa adjudicatària organitzarà el servei de manera que disposi de personal per a la coordinació global i per l'execució del projecte.

Els perfils professionals mínims considerats per a la correcta execució del projecte i tenint en compte la descripció de perfils Conveni Estatal d'Agències de Publicitat són:

1. Director/a de Comunicació

- **Funció principal:** Liderar i coordinar totes les activitats comunicatives del projecte, assegurant la coherència estratègica i l'alineació amb els objectius de l'Oficina Local d'Habitatge i el Consell Comarcal.
- **Responsabilitats específiques:**
 - o Dissenyar i supervisar l'estratègia global de comunicació del projecte.
 - o Coordinar les accions de tots els membres de l'equip, establint prioritats i assignant tasques.
 - o Garantir que les accions i materials compleixin amb els requisits establerts per les administracions públiques.

2. Dissenyador/a Gràfic/a

- **Funció principal:** Desenvolupar tots els elements visuals i gràfics necessaris per al projecte, assegurant una imatge corporativa atractiva i coherent.





- **Responsabilitats específiques:**
 - o Dissenyar el logotip, les tipografies, la paleta cromàtica i el manual d'identitat visual de l'Oficina Local d'Habitatge.
 - o Crear materials gràfics per a suports digitals i impresos, com tríptics, infografies, cartells, bàners per a xarxes socials, etc.
 - o Assegurar que tots els materials visuals respectin la identitat corporativa establerta.
 - o Adaptar els dissenys a diferents formats i requisits tècnics, tant per a mitjans tradicionals com digitals.

3. Especialista en Màrqueting Digital

- **Funció principal:** Planificar, executar i monitoritzar les campanyes digitals del projecte per garantir una presència efectiva a Internet i les xarxes socials.
- **Responsabilitats específiques:**
 - o Dissenyar i implementar campanyes publicitàries en xarxes socials (Facebook, Instagram, X -conegut anteriorment com Twitter-, LinkedIn) i plataformes com Google Ads.
 - o Gestionar la presència digital de l'Oficina, incloent-hi el manteniment i optimització de continguts a la pàgina web.
 - o Fer ús d'eines d'anàlítica web per monitoritzar el trànsit, la interacció i l'efectivitat de les accions digitals.
 - o Optimitzar els continguts per millorar el posicionament orgànic (SEO) i incrementar l'abast de les campanyes publicitàries.
 - o Proposar millores i ajustar estratègies en funció dels resultats obtinguts.

4. Redactor/a de Continguts

- **Funció principal:** Redactar continguts per a diferents canals de comunicació i gestionar la relació amb mitjans de comunicació i altres actors institucionals.
- **Responsabilitats específiques:**
 - o Elaborar textos clars, concisos i adaptats a cada suport (web, xarxes socials, premsa escrita, etc.).





- o Col·laborar amb altres membres de l'equip per assegurar la coherència del contingut amb la identitat i l'estratègia de comunicació.
- o Gestionar la comunicació institucional, creant missatges alineats amb la imatge pública i els objectius del projecte.

6. INFORMES MENSUALS I MEMÒRIA TÈCNICA FINAL DE SERVEI

L'empresa adjudicatària presentarà una memòria a la finalització del servei detallant cadascuna de les accions que s'han dut a terme.

D'altra banda, l'adjudicatari enviarà cada mes un informe de seguiment que doni comptes de l'evolució del projecte i de llurs principals indicadors.

En aquest sentit, l'empresa presentarà dins la memòria, com a mínim, dos blocs d'informació: un recull amb tota la informació possible en relació al servei que inclogui les seves actuacions, els indicadors quantitatius i qualitatius d'avaluació propis de cada activitat i propostes de millora, i un document a mode de quadre de comandament amb format editable i més reduït, de caràcter visual amb gràfics i taules amb les dades quantitatives i qualitatives més rellevants.

Un cop presentada, el tècnic referent dels seguiments del contracte podrà requerir la inclusió d'aquells aspectes que es consideri que no han quedat incorporats.

