



**PLEC TÈCNIC DERIVAT DE SERVEIS DE CONCEPTUALITZACIÓ, DISSENY DE CAMPANYES DE COMUNICACIÓ I ADAPTACIONS GRÀFIQUES I AUDIOVISUALS PER A L'ÀREA COMERCIAL, MÀRQUETING I COMUNICACIÓ DE LA DIVISIÓ DE PORT OLÍMPIC DE BARCELONA**

**PROCEDIMENT BASAT EN L'ACORD MARC PER A L'HOMOLOGACIÓ DE PROVEÏDORS PER A LA PRESTACIÓ DE SERVEIS ESPECÍFICS DE MÀRQUETING I PUBLICITAT PER A BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, S.A., PARC D'ATRACCIONS DEL TIBIDABO, S.A. I CEMENTIRIS DE BARCELONA, S.A.**

**LOT 2: DEFINICIÓ D'ESTRATÈGIA, CONCEPTUALITZACIONS I DISSENY DE CAMPANYES DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING I ADAPTACIONS GRÀFIQUES I AUDIOVISUALS DE PECES EXISTENTS PER A BSM, PATSA I CBSA**

**NÚMERO D'EXPEDIENT: 2021MK0275AC**

## **1.- Introducció**

L'entitat contractant, de forma conjunta amb altres participades per Barcelona de Serveis Municipals, S.A. (en endavant BSM) va tramitar l'expedient de contractació de l'Acord Marc per a l'homologació de proveïdors per a la prestació de serveis específics de màrqueting i publicitat per a Barcelona de Serveis Municipals, S.A., Parc d'Atraccions del Tibidabo, S.A. i Cementiris de Barcelona, S.A. – Lot 2: Definició d'estratègica, conceptualitzacions i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting i adaptacions gràfiques i audiovisuals de peces existents per a BSM, PATSA I CBSA.

A través del citat procediment es va homologar a un conjunt d'empreses per la prestació dels serveis objecte de l'Acord Marc, preveient-se en el plec de l'AM que en les contractacions es convidaria, sempre que fos possible, com a mínim, a tres (3) de les empreses homologades a presentar oferta.

L'objectiu de l'Acord Marc era dotar d'un sistema dinàmic a la contractació de serveis específics de màrqueting i publicitat per part de l'entitat. A tal efecte, en el plec tècnic es van enumerar les tipologies de productes/elements que es contracten a través de l'acord marc, així com els trets principals de les funcions que s'hi realitzen i totes les tasques que les entitats necessiten d'aquesta tipologia de personal de suport.

A títol informatiu, els indiquem l'enllaç a la nostra web corporativa per a una millor identificació de les activitats i serveis que s'hi realitzen:

<https://www.bsmsa.cat/>



**Ajuntament  
de Barcelona**

## **2.- Objecte**

L'objecte del contracte és l'adjudicació a un dels proveïdors homologats dins del Lot 2 de definició d'estratègia, conceptualitzacions i disseny de campanyes i màrqueting i adaptacions gràfiques i audiovisuals de peces existents per a BSM, PATSA i CBSA dels serveis de conceptualització, disseny de campanyes de comunicació i adaptacions gràfiques i audiovisuals per a l'àrea comercial, màrqueting i comunicació de la divisió de Port Olímpic de Barcelona. Es pretén obtenir una agència de capçalera per atendre les necessitats de conceptualització, disseny i producció de peces, campanyes i materials comunicatius i adaptacions gràfiques d'originals ja existents que puguin sorgir a l'Àrea comercial, màrqueting i comunicació de la Divisió Port Olímpic de Barcelona.

Aquest departament és el responsable de definir i executar la política comunicativa dels negocis de Port Olímpic de Barcelona, tant a nivell intern com extern, per la qual cosa requereix d'acompanyament expert a l'hora de conceptualitzar i dissenyar diferents suports que ajudin a executar les accions previstes de manera més efectiva.

Aquest contracte Derivat està basat en l'Acord Marc per a la prestació del serveis específics de màrqueting i publicitat per a Barcelona de Serveis Municipals, S.A., Parc d'Atraccions del Tibidabo, S.A. i Cementiris de Barcelona, S.A. Lot 2: definició d'estratègia, conceptualitzacions i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting i adaptacions gràfiques i audiovisuals de peces existents per a BSM, PATSA i CBSA.

## **3.- Necessitats a satisfer**

La prestació a contractar fa referència a la contractació d'una empresa per a la realització dels serveis específics de definició d'estratègia, conceptualitzacions i disseny de campanyes de comunicació i màrqueting per a l'Àrea de Màrqueting, Comunicació i Comercial de la Divisió del Port Olímpic.

Així mateix, BSM precisa de la contractació del servei d'una entitat externa que disposi dels coneixements específics sobre la realització d'aquests serveis, ja que no es disposa dels recursos propis suficients per a poder realitzar aquesta prestació.

La licitació d'aquesta contractació és necessària per tal d'atendre les necessitats existents.

#### 4.- Abast

Les principals tasques que s'hauran de desenvolupar per la prestació d'aquest servei es detallen a continuació, sense que aquest llistat tingui caràcter limitatiu:

- Conceptualització i disseny de campanyes de comunicació, màrqueting i comercial.
- Representació gràfica d'encàrrecs de diferents peces de comunicació interna o externa.
- Disseny de peces destinades a la senyalització d'espais o esdeveniments interns.
- Disseny de peces destinades a esdeveniments externs i/o rodes de premsa.
- Disseny i maquetació de materials i publicacions relacionades amb els negocis.
- Adaptacions de peces gràfiques i audiovisuals ja existents.
- Adaptació de format off-line a on-line i a l'inrevéLes feines que es demanarien queden incloses al següent llistat, amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

#### Exterior

- ✓ Banderola
- ✓ Opi
- ✓ Pòster
- ✓ Màster gran format (tanca)
- ✓ Busos
- ✓ Mural metro o similar
- ✓ *Photocall*

#### Paper

- ✓ Fulletó
- ✓ Díptic
- ✓ Tríptic
- ✓ Quadern | Llibret
- ✓ Plànol/Mapa d'un recinte, instal·lació o xarxa de serveis
- ✓ Dossiers

#### On-line

- ✓ Banner web fixe
- ✓ Banner web dinàmic
- ✓ Landing page (A/B testing)
- ✓ Disseny gràfic i maquetació de newsletters html digitals i impreses
- ✓ Anunci Adwords
- ✓ Anunci XXSS (Instagram, Facebook...)



- ✓ Imatge de campanya per landing page
- ✓ Adaptacions de les imatges a diferents suports (segons briefing)
- ✓ Infografies
- ✓ Newsletter
- ✓ Presentació de PowerPoint

### **Grafisme**

- ✓ Manuals d'estil
- ✓ Conceptualitzacions gràfiques
- ✓ Redisseny de productes de comunicació interna i externa

### **Grafisme**

- ✓ Clips de vídeo
- ✓ Gifs en moviment
- ✓ Storyboards

Posteriorment, en cadascuna de les peticions que es generin per a l'assignació de feines s'adjuntarà un *briefing* que explicarà l'encàrrec en qüestió.

Les feines que s'encarreguin podran ser en qualsevol idioma: català, castellà i/o llengües estrangeres. Es pot sol·licitar que la correcció ortogràfica estigui inclosa en el projecte.

Al final de cada projecte també caldrà entregar les arts finals, dissenys i documents generats en format obert editable, preferiblement Adobe Illustrator.

## **5.- Obligacions específiques per l'adjudicatari**

L'adjudicatari haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, i l'estil de totes les peces per un professional o empresa especialitzada. Les feines que s'encarreguin podran ser en qualsevol idioma: català, castellà i/o llengües estrangeres.

L'adjudicatari s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que incloguin. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.

L'adjudicatari cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.

BSM no restarà obligada a exhaurir l'import de la licitació ni l'adjudicatari tindrà dret a cap tipus de compensació econòmica o indemnització per aquest concepte.



## 6.- Penalitzacions

Segons el previst en l' Acord Marc

## 7.- Seguiment del servei

BSM requereix un interlocutor únic a l'adjudicatari per a gestionar els diferents encàrrecs que es generin. Serà obligació de l'adjudicatari assistir a les reunions periòdiques que proposi BSM durant tot el procés.

## 8.- Brief per a la proposta de campanya dels esdeveniments d'agenda del Port Olímpic

El Port Olímpic inicia una nova etapa com a espai recuperat per a la ciutadania, amb una programació estable d'esdeveniments culturals, familiars, esportius i d'economia blava.

La campanya haurà de transmetre que el Port Olímpic és un espai viu, obert i dinàmic, i que ofereix una gran varietat d'activitats per a tot tipus de públic.

- **Campanya “Agenda del Port Olímpic”**
  - **Concepte**
    - **Concepte:** El Port Olímpic és un espai recuperat a la ciutadania ple d'esdeveniments per a tota la família. La creativitat ha de reforçar que el port és un lloc en constant moviment, on cada setmana passen coses: cultura, mercats, activitats familiars, música, nàutica i propostes innovadores vinculades a l'economia blava:
      - **Soul Market:** mercat de cap de setmana amb un enfocament al disseny, la moda, i la gastrònomic local i sostenible
      - **Flea Market:** Mercat de segona mà que fomenta la sostenibilitat i el reciclatge
      - **Concerts Kbr:** un cicle de sessions musicals gratuïtes organitzat en col·laboració amb el Centre de Fotografia KBr Fundació MAPFRE i l'ICUB
      - **Dissabte Blau:** Proposta familiar centrada en tallers, activitats i espectacles relacionats amb el mar i la sostenibilitat.
      - **Living lab:** Un nou espai de diàleg i col·laboració obert a experts, empreses, investigadors i ciutadania, amb

ponències, debats participatius i tallers de cocreació sobre temes relacionats amb l'economia blava.

- **Dijous de vent:** Esdeveniment que apropa la vela i la nàutica a la ciutadania de Barcelona, fent regats amistoses, on els participants poden participar sense experiència prèvia.

Més informació de totes les activitats: <https://portolimpic.barcelona/ca/agenda>

- **Objectius**

La campanya ha de contribuir a:

- **Donar visibilitat** a l'agenda d'activitats del Port Olímpic.
- **Incrementar l'assistència** de residents de Barcelona i l'AMB als diferents esdeveniments.
- **Reforçar el nou posicionament** del Port Olímpic com un espai viu, proper i ple de vida, trencant percepcions antigues vinculades a usos anteriors.

- **Missatges clau**

- El Port Olímpic és un espai recuperat per a la ciutadania ple d'esdeveniments
- Hi ha esdeveniments per a tothom: famílies, gent jove, parelles, ciutadania interessada en la nàutica...
- L'agenda és un calendari constant d'experiències diversificades.

- **Requeriments de Comunicació**

- Imatge fresca, moderna i urbana, alineada amb el nou impuls del Port.
- Concepte centrat en les persones i en la generació d'experiències positives.
- Reflectir el concepte de gaudi, i del port ple de vida

- **Segmentació Clients:**

- **Residents de Barcelona i AMB:** ciutadania que viu a Barcelona i Amb que busqui experiència i què fer a la ciutat

- **Idiomes:**



- CAT
- **Elements imprescindibles de la proposta creativa**
  - Proposta d'imatge de campanya per el Port Olímpic que sigui estàtica i on es pugui entendre el concepte creatiu i la conceptualització.
  - Imatge gràfica en format DIN-A4 i explicació detallada de l'estratègia de la mateixa en un màxim de 2 fulls.
- **Estil i disseny de la proposta creativa**
  - Proposta creativa lliure, recollint el que s'indica en la missió, visió i requeriments de comunicació i en el punt 4 del present document.

Barcelona,

Roger Rocasalbas  
Cap d'Àrea Comercial, Màrqueting i Comunicació  
Divisió Port Olímpic de Barcelona  
Barcelona de Serveis Municipals, S.A.