

**PLEC DE CLÀUSULES TÈCNiques PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE
SERVEIS D'ASSESSORAMENT, GESTIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ,
RELACIONS PÚBLIQUES, COORDINACIÓ, REDACCIÓ DE CONTINGUTS EN
SUPORTS OFF/ON LINE, I PRODUCCIÓ AUDIOVISUAL**



INDEX

- 1. Antecedents**
- 2. Objecte del contracte**
- 3. Context**
- 4. Abast i condicions del servei**
- 5. Equip humà**
- 6. Confidencialitat i propietat intel·lectual**

1. ANTECEDENTS

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.

El comerç de proximitat i la restauració omplen de vida els barris. Amb el pas dels anys, Barcelona ha anat consolidant un model comercial basat en els valors de la proximitat, la responsabilitat i la sostenibilitat. Gràcies als més de 61.000 comerços i restaurants, els carrers de Barcelona són plens de dinamisme. Agrupats en els eixos comercials, les associacions i els gremis, tots treballen junts per oferir-te cada dia un servei millor.

El model de comerç de proximitat de Barcelona és, però, molt més que un gran motor econòmic.

Es tracta d'un instrument imprescindible per millorar la cohesió social, la convivència i la qualitat de l'espai públic de la ciutat. Per això, des de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació, treballem per promoure aquest model i oferim serveis municipals especialitzats pel sector comercial i de la restauració, enfortint la seva xarxa associativa, dinamitzant les zones comercials i donant suport als comerços emblemàtics

Els objectius fixats per la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació, són:

- Promoure el model associatiu en el sector comercial.
- Afavorir la participació del món del comerç.
- Promoure el comerç de proximitat, especialment als barris, per evitar la desertització comercial i els processos de degradació urbana. Defensar el valor social del comerç.
- Reforçar la implantació de la qualitat en el comerç.
- Reforçar el dinamisme, la innovació i l'adaptació permanent en el món del comerç, apostant per l'emprenedoria.
- Garantir el coneixement i la formació dels comerciants, i promoure una adaptació permanent de la normativa per donar una resposta ràpida a les necessitats i prioritats de cada moment del món del comerç

El comerç de proximitat i els mercats municipals omplen de vida els barris. Amb el pas dels anys, Barcelona ha anat consolidant un model comercial basat en els valors de la proximitat, la responsabilitat i la sostenibilitat. Aquests són:

Foment de la convivència

Els comerços de Barcelona participen sovint en campanyes solidàries per ajudar les persones més vulnerables del barri.

El teixit comercial també té clar que l'accessibilitat és un dret. Per això treballa activament per eliminar les barreres arquitectòniques i els obstacles que dificulten la mobilitat tant dins com fora dels establiments.

A la nostra ciutat, a més, aquest teixit comercial està format per botiguers i botigueres provinents de moltes cultures diferents.

Llocs de treball

El comerç és la principal font d'ocupació local. Gairebé 160.000 persones treballen en aquest sector a Barcelona. Conjuntament amb la restauració, representen al voltant del 15% de l'ocupació a la nostra ciutat.

El comerç de proximitat genera riquesa local

Quan comprem a la botiga del barri, estem afavorint els productors locals i els mateixos comerços, que podran oferir més i millors llocs de treball. A més, un alt percentatge de comerciants de Barcelona són propietaris del seu negoci.

Pàgines web, botigues en línia, màrqueting digital, xarxes socials... cada vegada són més els establiments comercials de la ciutat que treballen per fer el salt al món digital.

Cuida el planeta

Els comerciants de Barcelona uneixen esforços amb el sector de la restauració per aturar el malbaratament alimentari i incentiven les bones pràctiques i el respecte al medi ambient a través del programa "Barcelona Comerç + Sostenible".

A més, botiguers i botigueres treballen cada dia per transmetre els seus valors als més petits i petites de casa. Cada any, desenes d'alumnes de la ciutat visiten els comerços adherits al programa "El comerç i les escoles" i coneixen de primera mà l'esforç que dediquen cada dia els comerciants del barri a cuidar el veïnat.

Fa un barri més segur

Darrere el taulell dels comerços locals i de les parades dels mercats de Barcelona, hi trobarem sempre persones disposades a escoltar-te i ajudar. Hi són per a tot allò que necessitem. Visitant-los, contribuïm a fer ciutat.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

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

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

- Difondre l'activitat al voltant del comerç i generar consciència de la importància de compra en el comerç de proximitat.
- Remarcar la qualitat, l'excel·lència i la importància del comerç de proximitat, sostenible i responsable.
- Generar consciència del patrimoni comercial i la seva aportació com a valor cultural, històric i turístic
- 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.
- 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.
- Difondre serveis i informació al comerciant. Promocionar la necessitat de canvi, innovació, transformació digital i millora competitiva.
- Prestigiar la professió i atraure el talent jove i emprenedor, així com promoure la innovació, la transformació digital i la competitivitat.
- Promoure la modernització de l'estructura associativa, la digitalització i reforçar l'atractivitat de les zones amb menys ocupació comercial.
- Crear comunitat entre comerciants, entitats i ciutadania.

3. CONTEXT

L'estratègia de Comunicació de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació està coordinada entre 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, mentre que 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.

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.

4. ABAST I CONDICIONS DEL SERVEI:

L'objecte d'aquest plec és 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 llengua catalana, 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, 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 seguiment de les tasques i de les diferents reunions de coordinació haurà de realitzar-se a través d'un programa de gestió de projectes. L'empresa adjudicatària serà la responsable de mantenir les tasques actualitzades d'aquesta eina.

L'empresa adjudicatària realitzarà les següents tasques:

A) Assessorament i gestió de l'estratègia de Comunicació

- 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.

- Realitzar serveis de coordinació, amb l'empresa que realitzi les tasques de manteniment i actualització del web de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació. Les persones amb les quals caldrà coordinar-se seran facilitades per aquesta mateixa Direcció.
- 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 alimentació, tot creant una comunitat.
- El disseny de les següents estratègies comunicatives/plans de comunicació específics i altres que es derivin del nou Pla de Comerç:
 - 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
 - el Premi Barcelona Restauració
- Donar a conèixer i promoure les iniciatives singulars i innovadores de les entitats comercials que promoguin el comerç (benchmarking) i/o aportin valor afegit.
- 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.
- Realitzar el servei de recerca de notícies, a través de webs (de diversos serveis públics, de Fundació Barcelona Comerç, de Barcelona Oberta...) xarxes socials i premsa, respecte als temes d'interès pels destinataris del servei de comerç, restauració i alimentació
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.
- Suport a la redacció de continguts a altres Canals de l'Ajuntament de Barcelona on line i off line, o suplementats contractats 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.
- Coordinar i gestionar la traducció dels continguts al castellà i a l'anglès a través de qualsevol empresa homologada per l'Ajuntament de Barcelona. Coordinar i gestionar el manteniment del repositori de documents BCNROC. Els costos de la traducció aniran a càrrec d'aquesta Direcció.
- 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).

- Cercar relacions i connexions amb influencers.
- Disseny, redacció i maquetació de programes, fulletons, informes, i memòries. Previsió: entre 5 i 10 fulletons a l'any, i maquetació d'entre 4 i 8 informes o memòries anuals.
- Impressió de 10 exemplars com a màxim de cada informe o memòria.
- Redacció de pròlegs, presentacions de publicacions i elaboració de presentacions. Previsió: entre 6 i 12 pròlegs, presentacions de publicacions i presentacions (en powerpoint o programa similar) anuals.
- 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.
- 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.
- Presentar una memòria anual de l'evolució i del posicionament assolit en els diferents canals de comerç.
- Relacions Públiques – Premsa i canals off line
- Fer suport per a la redacció de publireportatges conjuntament amb la Direcció de Comunicació, pel que fa a temàtiques de comerç, restauració i alimentació
- Actualitzar i realitzar el seguiment del directori de contactes de premsa i gestió del mailing de distribució a través de l'eina digital.
- Redacció i maquetació d'una memòria anual de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació, així com suport en la redacció i producció dels continguts per materials comunicatius (fulletons, mesures de govern, presentacions...).

B) Internet i Xarxes socials

- Publicació d'entre dues i sis notícies setmanals, i actualització dels diferents apartats dels webs www.barcelona.cat/comerç, i www.barcelona.cat/comerciescoles
- Redactar entre quatre i vuit reportatges a l'any, per l'apartat destacats del web www.barcelona.cat/comerç, sobre temes estratègics de comerç i de la ciutat.
- Realització d'entre quatre i vuit infografies anuals, per difondre continguts de l'observatori de Comerç.
- Confeccionar i tramitar quinzenalment el butlletí digital.
- Gestionar i executar els enviaments d'emails per difondre esdeveniments i actes produïts per aquesta direcció i amb coordinació amb el departament de Comunicació.
- Gestionar el posicionament SEO (*Search Engine Optimization*) basat en criteris com popularitat, rellevància on-page, indexabilitat...
- Impuls i dinamització, si escau, 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. Actualment la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació no disposa d'aquesta xarxa social. Si es valora escaient crear-la,



l'empresa adjudicatària publicarà 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.

- Cerca i identificació de canals de comunicació que puguin ser d'interès pel sector comerç i la restauració. Generar continguts per aquests canals.
- Idear i implementar accions per generar tràfic cap a les activitats del comerç de proximitat de Barcelona.
- Proposar un mínim de dues campanyes, concursos i/o accions per contactar amb públics que puguin interessar al sector comercial i cercar possibles col·laboracions amb tercers.
- Monitoritzar i escoltar activament les xarxes en referència al comerç de Barcelona.
- Generar per les Xarxes socials de l'Ajuntament de Barcelona (centrals, districtes, Institut Municipal de Mercats, Alimentació Sostenible, etc.), continguts i crear biblioteques Metricool referents a comerç, restauració i alimentació.

C) Disseny i producció audiovisual de comerç, restauració i alimentació.

- 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 Alimentació i de les agències de publicitat o empreses de disseny indicades en cada cas.
- Produir vuit vídeos anuals, d'entre 1 i 3 minuts de durada, al voltant de temàtiques vinculades al comerç de proximitat. En aquest material audiovisual també s'hauran d'incloure aquells vídeos curts i postals animades que siguin necessaris per dinamitzar les xarxes socials.
- Produir i dirigir entre quatre i vuit sessions fotogràfiques anuals, segons directrius de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació. Aquestes sessions de fotografia han de servir, entre d'altres coses, per il·lustrar els valors del comerç de proximitat, on sobretot apareguin comerciants duent a terme les seves tasques quotidianes.
- Gestionar els permisos de drets d'imatge dels protagonistes de les fotografies.
- Arxivar i realitzar el inventari de tots els productes audiovisuals en discs durs/núvol, i gestionar el directori de l'arxiu audiovisual en un document digital consultable i compartit.
- Disseny de productes de marxandatge que serveixin per promocionar el comerç de proximitat (bosses, gorres, samarretes, etc...)
- Coodinar-se amb el Departament de Continguts Digitals de l'Ajuntament i proveir les fitxes i materials necessaris per tal de publicar els vídeos a youtube i les imatges al flickr de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació

5. EQUIP HUMÀ

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

- **1 coordinador de l'equip amb el perfil de titular superior en l'àmbit de la comunicació, el periodisme, 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, periodisme, màrqueting o equivalent**, amb dedicació exclusiva. Les seves funcions seran les pròpies d'un "Community manager", és a dir, 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 sènior, 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 3 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.

6. 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, concretament de la Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació.

- 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, Restauració i Alimentació 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.
- Devolució de les bases de dades i del codi font el dia de traspàs del projecte.
- Llistat de mòduls plugins del CMS:
 - i. Tipologies de continguts / camps
 - ii. Taxonomies
 - iii. Vistes /blocks
 - iv. Rols d'usuaris
 - v. Theme aplicat
 - vi. Actualitzacions pendents de seguretat

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