

FOMENT DE CIUTAT, SA

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES

CONTRACTACIÓ HARMONITZADA

**SERVEI DE SUPORT I ACOMPANYAMENT A L'ACTIVITAT ECONÒMICA I COMERCIAL D'ESPAIS DE
GRAN AFLUÈNCIA (EGA), AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE**

F260000094

Índex

CLÀUSULA 1.- ANTECEDENTS.....	3
CLÀUSULA 2.- OBJECTE I OBJECTIUS DEL CONTRACTE	6
CLÀUSULA 3.- DESTINATARIS DEL SERVEIS	8
CLÀUSULA 4.- RECURSOS HUMANS I FUNCIONS DEL PERSONAL.....	8
CLÀUSULA 5.- CALENDARI, HORARI I DURADA DEL CONTRACTE	11
CLÀUSULA 6.- LLOC DE DESENVOLUPAMENT DEL PROJECTE	11
CLÀUSULA 7.- MATERIALS I ACTIVITATS	12
CLÀUSULA 8.- DIFUSIÓ I COMUNICACIÓ.....	12
CLÀUSULA 9.- SEGUIMENT I AVALUACIÓ	13

CLÀUSULA 1.- ANTECEDENTS

El programa d'Espais de Gran Afluència (EGA) és una iniciativa que s'emmarca en una nova estratègia de gestió del turisme a la ciutat de Barcelona. Parteix del reconeixement de quinze espais de la ciutat amb una molt elevada afluència de persones, tant visitants com persones residents. Aquests quinze EGA tenen en comú que suporten una ocupació i saturació de l'espai públic amb un gran volum de mobilitat i fluxos, que han viscut una transformació d'activitat i usos amb predominança d'aquells enfocats al visitant i, fins i tot, que mantenen una certa dificultat per desenvolupar l'activitat quotidiana i la vida comunitària.

Cal destacar que, dels quinze EGA identificats al conjunt de la ciutat, se n'han prioritzat vuit a desenvolupar durant el present mandat (2023-2027), per la seva gran afluència turística, corresponents als districtes de Ciutat Vella, l'Eixample, Gràcia i Horta – Guinardó. Es pot trobar més informació del programa consultant el següent enllaç:

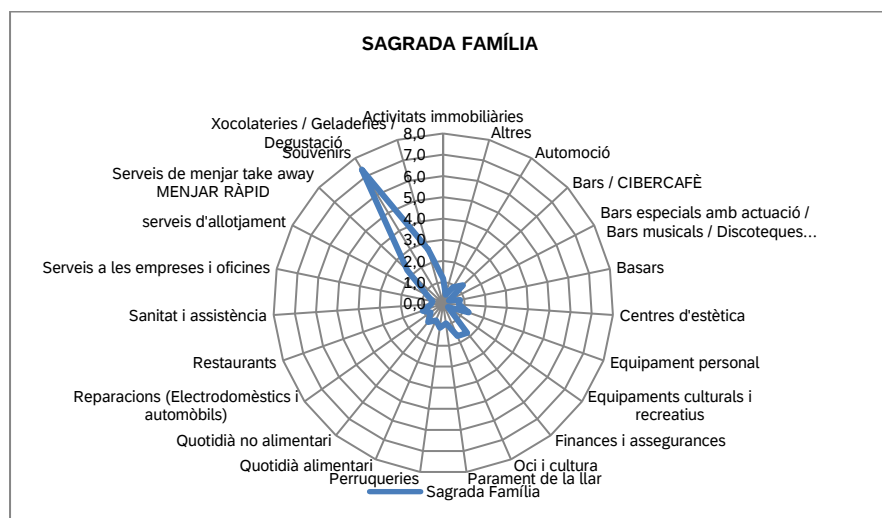
<https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/ca/el-turisme-barcelona/gestio-estrategica-del-turisme/gestio-dels-espais-urbans>

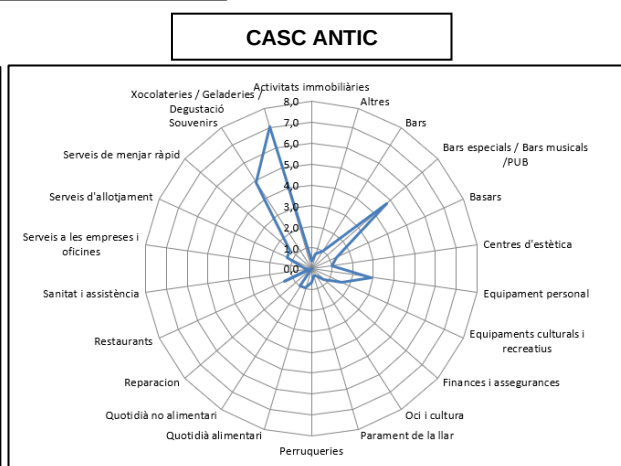
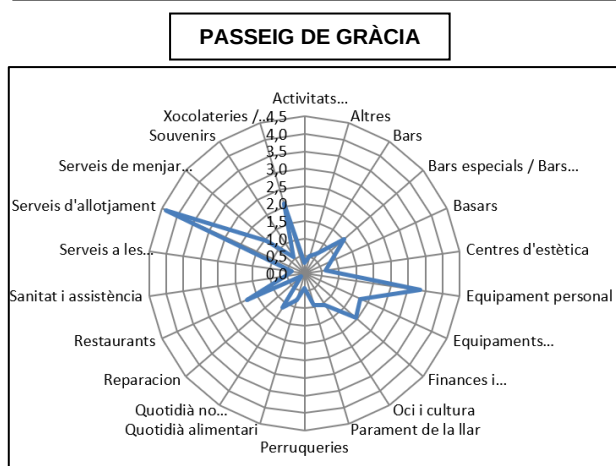
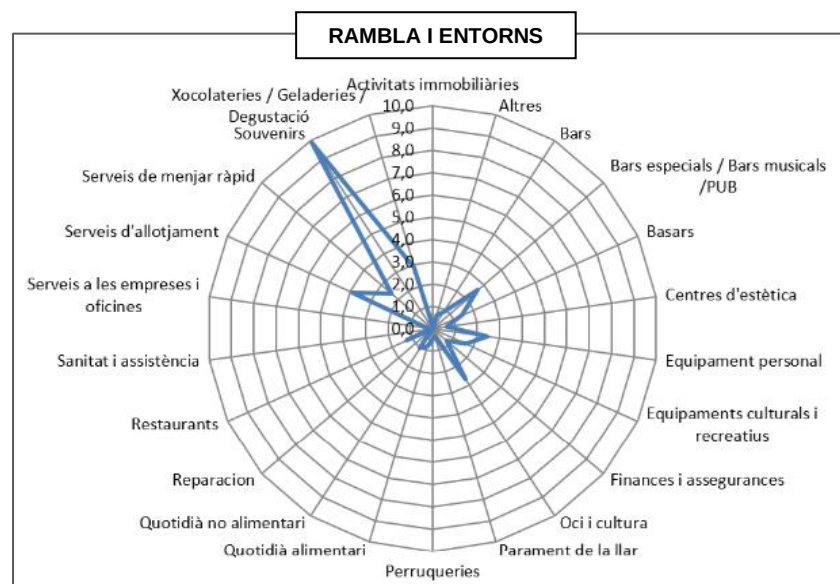
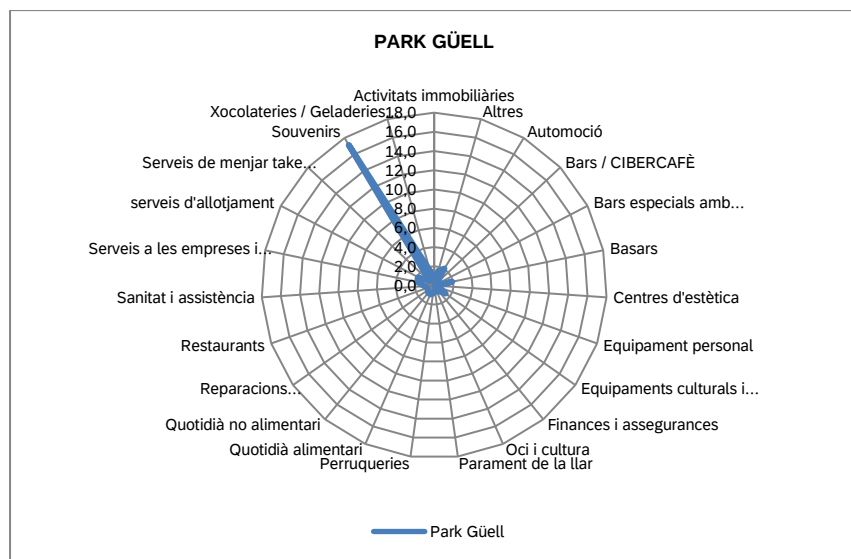
L'objectiu del programa és, doncs, minimitzar les externalitats negatives que aquesta intensa afluència i l'activitat turística derivada pot generar en aquests espais, tot garantint la correcta convivència entre els diversos usos que se'n donen, ja siguin econòmics, turístics i veïnals.

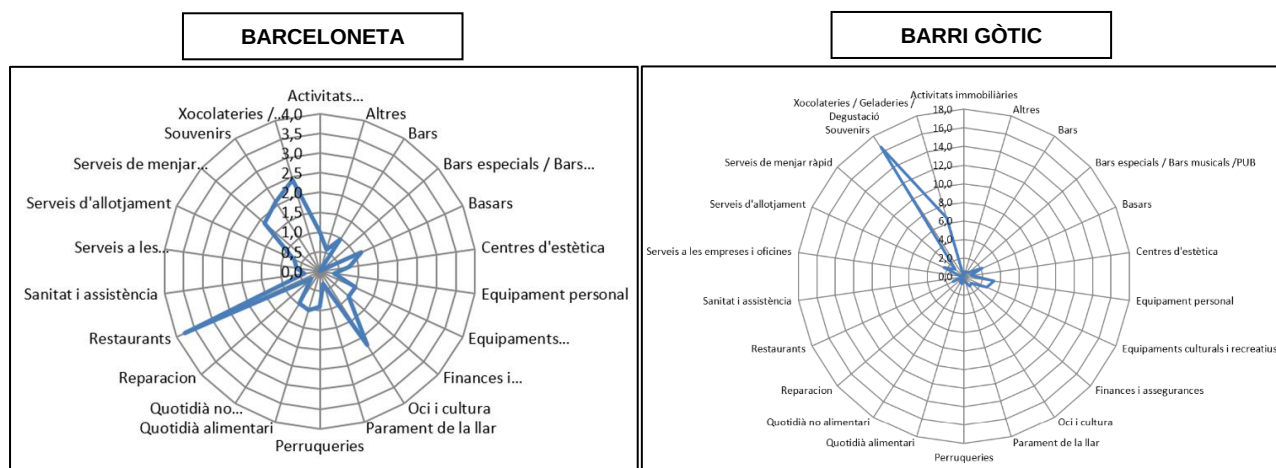
Així, l'Ajuntament de Barcelona està promovent el desplegament d'aquest programa sota el lideratge de la direcció de Turisme i de la direcció de Comerç Restauració i Alimentació de la Gerència d'Economia i Promoció Econòmica de L'Ajuntament de Barcelona, així com de Foment de Ciutat i de les gerències del districtes implicats, a través del MEMORÀNDUM DE COORDINACIÓ ENTRE LA GERÈNCIA D'ECONOMIA I PROMOCIÓ ECONÒMICA I FOMENT DE CIUTAT PER A LA GESTIÓ DELS ESPAIS DE GRAN AFLUÈNCIA (EGA) A BARCELONA 2024-2027.

La definició dels EGA i del seu model de governança ha arrencat amb la prioritització de tres zones dins de les quals ja s'han començat a implementar mesures, perquè són igualment les que presenten una major afluència de visitants: l'entorn de la Sagrada Família, el Park Güell i Rambla i entorns. Durant el 2026 s'acabaran de desplegar la resta de plans d'acció de les zones EGA: Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic i Barceloneta.

Un dels reptes compartits pels EGA de la ciutat de Barcelona és la transformació de l'activitat comercial i econòmica, centrant-se, de manera gairebé exclusiva, en el visitant, tot generant situacions de monocultiu comercial, de pèrdua de diversitat i de desaparició del comerç de proximitat i orientat al resident. Així, com exemple, en el cas dels EGA de Sagrada Família i Park Güell, s'identifica la següent distribució comercial (*Cens de locals en planta baixa per EGAS. Any 2022*):







Els tres EGA prioritzats amb els que es començarà la intervenció (SAGRADA FAMÍLIA, PARK GÜELL I LA RAMBLA I ENTORNS) compten amb un **mercat municipal** dintre del seu àmbit d'intervenció (o en un àmbit molt proper), ja sigui el mercat de Sagrada Família, actualment en un procés de remodelació integral, el mercat de la Boqueria, que té pendent abordar de manera imminent una reflexió estratègica de futur, i el mercat de Lesseps. En aquest sentit, cal considerar aquests equipaments com a *hubs* d'activitat econòmica i comercial amb caràcter veïnal i de proximitat.

Pel que fa a l'àmbit **associatiu comercial**, l'EGA de Sagrada Família compta amb dues entitats de comerciants, Eix Comercial Sagrada Família i Eix Gaudí. Per la seva banda, l'EGA del Park Güell compta amb l'entitat de Associació de Comerciants de Travessera de Dalt. Finalment, l'EGA Rambla i entorns compta amb l'entitat Eix Comercial del Raval. És de la mà d'aquests agents que representen l'activitat econòmica i comercial d'aquests entorns, així com dels diversos agents i serveis municipals implicats, que s'ha definit la present proposta de servei d'acompanyament i suport.

A banda, durant l'any 2025 s'ha realitzat una diagnosi comercial de les zones EGA (Sagrada Família, Parc Güell i La Rambla) que ha estat desenvolupada a través del procés participatiu realitzat per la direcció de Comerç, Restauració i Alimentació amb la col·laboració de la Cambra de Comerç incloent:

- Identificació de reptes principals per cada EGA.
- Propostes d'accions prioritàries per millorar la convivència, la diversificació comercial i la competitivitat del comerç local

Aquesta diagnosi ha establert **línies estratègiques transversals** que fonamenten el present contracte:

- Necessitat de construir una **identitat comercial pròpia** a cada EGA (relat, valors i identitat visual compartida).
- Elaboració d'un **pla de comunicació integral 2026–2027** per cada EGA.
- Desenvolupar un **pla d'atracció i relleu comercial**, amb especial atenció a zones poc consolidades i al comerç de proximitat.
- Reforçar el **paper dels mercats municipals** com a motors econòmics i comunitaris del territori.

Durant el 2026 està previst que es realitzi la diagnosi comercial de la resta de zones EGA (Passeig de Gràcia, Casc Antic, Barceloneta i Gòtic) i es compartiran els resultats de la mateixa amb l'empresa adjudicatària d'aquesta licitació.

Alhora els resultats de la convocatòria d'ajudes de "Impulsem el què fas, modalitat 1C (edició 2025)" mostren la necessitat de **millorar l'acompanyament i l'assessorament personalitzat als comerços en zones EGA**, així com reforçar la difusió d'ajuts i serveis per part de l'Administració.

En aquest marc, es considera necessari reforçar el caràcter **territorial i col·lectiu** del servei d'enfortiment al teixit comercial en zona EGA, destacant l'acompanyament a les **entitats comercials**, la dinamització conjunta del teixit econòmic i la construcció d'una **identitat comercial compartida de zona**.

Foment de Ciutat, S.A.

Aquesta proposta planteja atendre i acompanyar aquestes demandes i necessitats del teixit comercial de proximitat d'aquests entorns, d'una manera proactiva i pròxima, tot facilitant el desenvolupament de la seva activitat. Així, i en atenció a aquest context i antecedents, és palesa la necessitat d'incorporar la dinamització i el suport a l'activitat comercial als àmbits prioritaris del programa EGA com un dels reptes més importants que afronten aquests territoris de cara a gestionar i frenar l'impacte de l'activitat turística en els seus entorns.

CLÀUSULA 2.- OBJECTE I OBJECTIUS DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest encàrrec és la prestació d'un servei de **suport i d'acompanyament a l'activitat econòmica i comercial als EGA de Sagrada Família, Park Güell i Rambla i entorns en una primera fase, i en una segona fase, dels EGA Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic i Barceloneta.**

Durant l'execució del contracte s'incorporaran a la intervenció, aquest segona fase d'EGA (Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic i Barceloneta).

Aquest suport i acompanyament vetllarà per acompanyar els comerços i entitats comercials en zona EGA a la vegada que se'ls acosta als recursos que les administracions posen i posaran al seu abast per a facilitar la seva activitat, així com també d'altres recursos que es considerin d'interès, amb un caràcter proactiu i de proximitat amb els seus gestors.

Les **activitats que es pretén promoure** i enfortir són aquelles enteses com **comerç de proximitat** i que no estan destinades ni orientades, de manera exclusiva, a prestar un servei i/o producte al visitant, sinó que ofereixen productes o serveis locals destinats al consum diari o regular a les persones residents en la seva àrea d'influència i en aquesta línia.

El concepte de comerç de proximitat, no estarà en contradicció ni amb la normativa ni amb les polítiques d'activitats de l'Ajuntament de Barcelona.

Per tal d'acotar les actuacions vinculades al desenvolupament econòmic de proximitat i a aquelles que són d'interès d'impulsar des de la política municipal en el marc general de l'objecte d'aquesta licitació, **queden excloses:**

- Lloguer de qualsevol tipus de vehicles de mobilitat (patinets, bicicles, tricicles, cotxes, entre d'altres).
- Cadenes de fast food.
- Negocis d'autoservei sense personal en el punt de venda (per exemple, consignes automàtiques).
- Franquícies de tot tipus.
- Botigues de CBD i derivats del cànnabis o de qualsevol altra substància estupefaent.
- Botigues de vapejadors i cigarrets electrònics.
- Establiments destinats a activitats de joc i atraccions o jocs d'atzar, com poden ser (sense caràcter exhaustiu): salons de joc, bingos, casinos de joc.
- Botigues i serveis 24 hores.
- Sex shops.
- Sales d'exhibició sexual.
- Locals on s'exerceix la prostitució.
- Sales de festa en horari nocturn.
- Botigues de souvenirs.
- Altres activitats no incloses al llistat anterior que es considerin molestes, insalubres, nocives i perilloses segons la normativa vigent o que siguin considerades per decisió de l'Ajuntament de Barcelona o Foment de Ciutat com a contràries a l'interès general o que es prevegi que generarà unes dinàmiques perjudicials.

Durant el transcurs dels serveis, Foment de Ciutat podrà indicar les activitats que no poden ser beneficiàries d'aquests serveis, conforme la normativa o les polítiques de l'Ajuntament de Barcelona.

A través de la intervenció es pretén també, impulsar accions per millorar l'atractivitat del territori (imatge, espai públic, accessibilitat, seguretat percebuda) i treballar la convivència i cohesió social, aspecte detectat com a clau per les entitats veïnals.

Foment de Ciutat, S.A.

En el marc d'aquest enfortiment, el servei incorporarà l'**assessorament en sostenibilitat per al comerç**, com a element clau per millorar la competitivitat i adaptació dels establiments als nous reptes urbans, incloent aspectes relacionats amb l'eficiència energètica, la reducció de residus, el consum responsable i la incorporació de criteris ambientals i socials en l'activitat comercial. Es preveu que al llarg de la intervenció s'assessorin o s'informi i es tingui relació amb al voltant de 250 comerços i entitats comercials de les zones entre totes les zones EGA. Aquest número de comerços no significa cap dret en favor de les licitadores a exigir un número mínim d'intervencions.

Així, els objectius generals del projecte són:

1. **Acompanyament** a comerços i a entitats comercials de les zones EGA que inclou el següents objectius específics:
 - Desplegar acompanyament per a comerços i associacions comercials en zona EGA en aspectes generalistes i derivació cap a altres recursos especialitzats com Comerç a punt etc.
 - Identificar un pla de relleu i atracció comercial, que incorpori identificació de comerços susceptibles de traspàs, connexió amb programes com Transmissió empresarial i protocols de captació d'emprenedors i sectors clau.
 - Integrar els mercats municipals com a equipaments tractors, convertint-los en hubs territorials. (Sagrada Família, Lesseps, Boqueria, Santa Caterina i Barceloneta)
 - Detecció d'altres necessitats no cobertes per part dels comerços i eixos comercials i entitats de les zones.

L'acompanyament que es desenvolupa en el marc del servei EGA té un caràcter territorial i d'orientació, i es complementa amb altres serveis municipals especialitzats. En cap cas substitueix aquests recursos, sinó que actua com a dispositiu de detecció, primera atenció i derivació, especialment pel que fa a l'assessorament empresarial especialitzat.

2. **Identitat Comercial, comunicació, innovació i foment de l'articulació** dels comerços i eixos comercials de les zones EGA prioritàries. Aquest objectiu engloba diversos objectius específics:
 - Construir i desplegar la identitat comercial de cada EGA (relat, valors i marca/claim).
 - Dissenyar i activar el Pla de Comunicació 2026–2027, amb accions específiques, canals, materials, accions comunicatives innovadores i implicació de les entitats comercials.
 - Elaboració d'un paquet de propostes concretes de comunicació finalistes destinades als establiments comercials: guia per la gestió i la planificació de les xarxes socials, recull de plantilles gràfiques per adaptar a diferents suports on i off line del establiment, guia de recursos per elaborar elements propis de comunicació alineats al Pla de Comunicació per enfortir la identitat comercial.

Per tal de fer possible l'acompliment d'aquests objectius caldrà que l'empresa licitadora desenvolupi les següents accions:

1. **Acompanyament** a comerços i a entitats comercials de les zones EGA que inclou el següents objectius específics:
 - a) Incorporar i complementar si cal la **diagnosi comercial de les zones EGA** que existeix i es compartirà per part de l'àrea de referència. Aquesta diagnosi haurà de ser incorporada com a element clau a tenir en compte en el disseny de totes accions d'enfortiment i acompanyament a les zones.
 - b) Enfortiment i **suport al comerç de proximitat**: enfortir i consolidar el comerç i l'activitat econòmica de proximitat dels EGA Sagrada Família, Park Güell i Rambla i entorns (en una primera fase i la resta d'EGA més endavant) a través d'un acompanyament directe i derivació cap a recursos especialitzats ja existents. S'haurà de facilitar el desenvolupament de la seva activitat, així com promoure, des d'una lògica sostenible, la seva relació amb l'economia del visitant. Potenciar les activitats comercials més enllà dels eixos comercials, per evitar una excessiva concentració i respondre al monocultiu comercial d'aquests àmbits.
 - c) Activació del **mercats municipals** vinculats als àmbits d'intervenció com a hubs de desenvolupament i promoció del comerç i consum de proximitat. En aquest sentit es comptarà amb propostes i possibles accions a desenvolupar fruit d'una diagnosi elaborada entre finals dels 2025 i inicis del 2026.
 - d) Disseny d'una **estratègia de relleu comercial** per als comerços susceptibles de ser traspassats i re enfocats per tal d'acompanyar-los en aquest procés a través d'un assessorament especialitzat en connexió amb els diferents recursos que existeixen a l'efecte.

Foment de Ciutat, S.A.

- e) Promoure **l'enfortiment de l'associacionisme comercial**, com agent essencial del desenvolupament econòmic sostenible d'aquests territoris. Facilitar la seva activitat i donar suport a la seva professionalització i millorar empresarial.
- 2. **Identitat Comercial, comunicació i foment de l'articulació** dels comerços i eixos comercials de les zones EGA prioritàries:
 - a. Generació **d'identitat comercial** pròpia relativa a cada EGA i treballar conjuntament amb el teixit comercial el relat, els valors, la marca i els aspectes diferencials envers altres eixos comercials de la ciutat.
 - b. Disseny un **pla de comunicació** integral pels àmbits d'intervenció, a fi i efecte de donar visibilitat al teixit comercial i a les entitats que el conformen i promoure el consum en comerços de proximitat per part del veïnat de l'entorn de l'àmbit d'intervenció.
 - c. Foment de **l'articulació, l'enxarxament** i l'associacionisme del teixit comercial per tal d'aprofitar sinèrgies en quant a formacions, campanyes o accions conjuntes.
 - d. Elaboració d'un **paquet comunicatiu finalista** per lliurar els comerços dels EGAs per millorar l'impacte de la seva identitat comercial. Suport i seguiment en la seva implementació. El pla de Comunicació ha d'incloure la proposta i seguiment d'accions conjuntes adaptables a tots els establiments que descriu el contracte amb l'objectiu de visibilitzar la identitat del teixit comercial de les zones EGAs.

CLÀUSULA 3.- DESTINATARIS DEL SERVEIS

Establiments comercials, entitats comerciants i serveis ubicats a les zones EGAS (Sagrada Família, Park Güell, La Rambla i entorns i els entorns dels mercats Barceloneta i Santa Caterina, Lesseps i Sagrada Família quedarien inclosos dins les respectives zones EGAS) en una primera fase, incorporant-se després la resta de zones EGA turístiques (Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic i Barceloneta).

Aquests comerços han de desenvolupar activitat econòmica orientada als residents de la zona i no als visitants de la mateixa.

CLÀUSULA 4.- RECURSOS HUMANS I FUNCIONS DEL PERSONAL

Amb independència dels requisits que haurà de complir l'entitat adjudicatària recollits al Plec de Condicions Administratives (PCA), l'equip mínim que haurà d'assignar-se a aquest contracte és el següent:

- ✓ **1 dinamitzador/a comercial** amb funcions de coordinador/a de la licitació i responsable del programa de dinamització comercial.
 - **Formació:** La figura de responsable del programa de dinamització comercial haurà d'acreditar formació (universitària) en matèria de relacions laborals, sociologia, ciències polítiques, administració d'empreses, economia o en altres àmbits de les ciències socioeconòmiques, preferentment. La titulació s'haurà d'acreditar i serà prèviament validada.
 - **Experiència:** Es demana que aquesta persona acrediti haver treballat almenys 5 anys en els darrers 7 anys en projectes de similars característiques. S'entén com a projecte de característiques similars, serveis de dinamització comercial, acompanyament i/o informació del comerç i/o suport a l'articulació i professionalització dels eixos i entitats comercials.

Aquest personal haurà de tenir bons coneixements d'informàtica i nivell suficient de català escrit i oral (C1), amb experiència en gestió per desenvolupar les tasques relacionades a continuació.

- **Funcions:** entre les funcions de l'equip, es trobaran les següents que s'adjunten de forma esquemàtica:
 - **Coordinació i gestió del projecte.** Des de l'empresa adjudicatària s'haurà d'establir un sistema de coordinació, seguiment i interlocució que permeti el correcte desenvolupament del contracte. La interlocució i coordinació es durà a terme amb el responsable del contracte de Foment de Ciutat, així com la Direcció de Comerç, Turisme, districtes i Barcelona Activa. S'haurà de treballar una correcta planificació per fases calendaritzades

de les diverses actuacions dels projectes, així com establir un sistema de seguiment i reporting que permeti als agents implicats en la intervenció poder fer-ne seguiment de les actuacions. Aquest sistema de reporting haurà d'incloure mínim els següents aspectes:

- ❖ Reporting mensual de dedicació horària per tasques i /o activitat.
- ❖ Informe mensual quantitatiu d'evolució del servei.
- ❖ Informe trimestral global de l'evolució del servei.

L'adjudicatària haurà d'anomenar un coordinador del projecte, qui es reunirà mensualment amb Foment de Ciutat i Direcció de Comerç, Restauració i Alimentació, per tal de garantir el bon desenvolupament de les activitats del projecte. El desenvolupament del projecte també implica la realització de reunions de coordinació puntuals amb les entitats comercials per concretar les accions que es desenvolupin a cadascun d'ells.

- Completar la **diagnosi del teixit comercial** dels entorns dels EGA i una identificació de les seves necessitats principals (formatives, d'acompliment de la normativa municipal, de solvència econòmica, de l'espai urbà...), amb especial atenció a l'activació d'àmbits comercials amb escassa presència d'activitats o poc centrals, així com a la diversitat comercial. Així, aquest estudi inclourà, com a mínim:
 - ❖ Estudi de les dades de l'oferta comercial de la zona EGA.
 - ❖ Estudi de l'evolució del teixit comercial en la zona EGA.
 - ❖ Diagnòstic del teixit associatiu que dona resposta a les necessitats dels comerços.
 - ❖ Recull i anàlisi dels plans estratègics de les entitats de comerç del territori a analitzar.
 - ❖ Oportunitats i amenaces en el territori.
 - ❖ Anàlisi de les influències de les tendències en l'oferta, en l'especialització i en els hàbits del consumidor.
 - ❖ Línies estratègiques proposades.
 - ❖ Proposta de projectes o accions per assolir les línies estratègiques.
- **Interlocució amb els diferents agents per l'enfortiment comercial** a les zones EGA exercint la interlocució amb els diferents comerços de la zona, amb les entitats representatives, teixit associatiu, mercats municipals, tot oferint la informació, derivació i vinculació amb els diferents recursos d'acompanyament especificats a la resta del plec. Esdevenir l'interlocutor de referència de les juntes i persones dinamitzadores de les entitats de comerç, amb els seus comerços i activitats econòmiques associades i amb els comerços i activitats econòmiques no associades dels entorns dels EGA prioritaris. Aquesta intervenció podrà incloure, si s'escau, els comerços i activitats integrades als mercats municipals propers o dels àmbits d'intervenció.
- **Establir col·laboracions amb altres entitats**, serveis i equipaments del barri i del Districte, així com amb la vida comunitària del barri. Promoure la relació entre les diverses activitats comercials de barri, també aquelles que integren una diversitat d'origen.
- **Reforçar l'associacionisme comercial existent**: donar suport a les millores de l'estructura organitzativa i a la participació, cartera de serveis, estratègia de captació de recursos.
- **Recollir, articular i adaptar demandes i necessitats** amb els recursos existents i proposar noves accions o recursos que puguin donar resposta a les necessitats dels comerços en zona EGA. Possibilitat de formulació de projectes d'intervenció nous.
- Acompanyar als i les comerciants, per mitjà d'un **assessorament generalista als comerços i un treball individualitzat** pel que fa a la sol·licitud i tramitació de les subvencions per accedir als recursos que permetin la millora de l'activitat comercial. Apropar i connectar els comerços a través d'un treball individualitzat amb altres **dispositius i/o serveis municipals** orientats a l'enfortiment del comerç a nivell municipal com Comerç a Punt, programa de Transmissió empresarial, Impulsem el què Fas etc. A aquest efecte, s'establirà un **protocol de coordinació i derivació amb el programa Comerç a Punt** de Barcelona Activa, de manera que, quan el servei EGA identifiqui la

necessitat d'un assessorament especialitzat, el **diagnòstic previ elaborat en el marc del programa EGA** pugui ser utilitzat com a document de base per iniciar l'acompanyament per part de Barcelona Activa, amb l'objectiu d'evitar duplicitats, agilitzar els processos i facilitar una transició més eficient cap a la fase d'execució de l'assessorament.

- Dissenyar **una estratègia per afrontar la substitució i relleu comercial** en els entorns dels EGA, per tal de preservar la diversitat comercial i el comerç de proximitat. En aquest sentit, el servei promourà la connexió amb d'altres serveis municipals orientats a aquesta tasca.
- Acompanyar els comerços i les entitats de comerciants en la **creació d'una marca pròpia** i els seus claim amb els valors corresponents.
- Facilitar i donar suport als comerciants i als eixos i entitats i agrupacions amb la **implantació de noves eines i nous suports de comunicació on i off line**.

✓ **1 tècnic/a responsable de comunicació**, amb funcions de responsable de l'estratègia de comunicació integral del programa.

- **Formació:** La figura de responsable de comunicació al servei haurà d'acreditar formació (universitària) en màrqueting i/o comunicació o experiència en matèria de màrqueting i/o comunicació.
- **Experiència:** experiència en l'àmbit digital, de com a mínim 3 anys en els darrers 5 anys en projectes de similars característiques. S'entén com a projecte de característiques similars, serveis d'elaboracions de plans de comunicació o estratègies de comunicació i/o difusió comercial.

Aquest personal haurà de tenir bons coneixements d'informàtica i nivell suficient de català escrit i oral (C1), amb experiència en gestió per desenvolupar les tasques relacionades a continuació.

- **Funcions:** entre les funcions de l'equip, es trobaran les següents que s'adjunten de forma esquemàtica:
 - Promoure i implementar un **pla d'accions comunicatives integral amb una mirada innovadora** i contribuir a l'impuls comercial dels àmbits d'intervenció i a la promoció consum al comerç del barri. En aquest sentit, caldrà considerar les següents funcions específiques:
 - Coordinar, dissenyar i executar el pla d'accions comunicatives que siguin necessàries d'elaborar, sota la supervisió dels equips de Foment de Ciutat i de l'Ajuntament de Barcelona, amb qui haurà de realitzar sessions de treball i reunions periòdiques. Adaptar el pla d'accions comunicatives a cada zona EGA, que ha d'incloure les accions de comunicació concretes a desenvolupar durant la durada del present contracte. Caldrà que detalli:
 - ❖ Disseny d'aplicacions gràfiques.
 - ❖ Accions implicant a les entitats comercials de les zones EGAS.
 - ❖ Elaboració de nous continguts: textos, notícies, notes de premsa...
 - ❖ Calendari de treball i producció, planificació i coordinació.
 - ❖ Redacció de continguts per les diferents webs o xarxes socials de les entitats comercials, així com webs i xarxes municipals.
 - ❖ Disseny, redacció i maquetació de programes, fulletons, informes, memòries, amb un màxim de 5 programes o fulletons i maquetació d'informes o memòries anuals.
 - ❖ Redacció de pròlegs, presentacions de publicacions i elaboració d'un màxim de 9 presentacions en Power Point o equivalent.
 - ❖ Materials audiovisuals: Elaborar material gràfic, fotogràfic i audiovisual, amb una producció mínima de:
 - 4 vídeos de 30" per difusió a les xarxes socials i un mínim d'una sessió fotogràfica per cada zona EGAS.

- 1 vídeo resum de màxim 2 minuts de les accions realitzades a les 3 EGAs inicials. Durant la incorporació de la segona fase EGA Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic i Barceloneta, es podrà demanar n vídeos d'aquests espais.
- ❖ Recull de premsa d'impactes als mitjans de comunicació en tots els formats (premsa escrita, ràdio, televisió i premsa digital).
- ❖ Definir un protocol d'actuació en cas de comunicació de crisi i de reacció immediata.
- ❖ Avaluació i seguiment de l'impacte comunicatiu de les accions proposades en el pla de Comunicació.
- ❖ Elaboració de guies de suport a la gestió de la comunicació digital i a l'elaboració de continguts i recursos comunicatius.
- ❖ Elaboració d'una memòria anual amb el recull del material comunicatiu i els indicadors.

L'empresa adjudicatària haurà de garantir la presència del personal necessari i suficientment qualificat per cobrir les diferents tasques objecte d'aquesta prestació de serveis, durant el temps que duri el contracte de manera que es formi un equip capaç de gestionar el pla de suport i acompanyament a l'activitat econòmica i comercial de les zones EGA.

En cap cas aquest personal tindrà vinculació ni jurídica ni laboral amb l'Ajuntament de Barcelona.

L'empresa adjudicatària haurà de proveir el personal amb els estris necessaris per al correcte desenvolupament de la seva activitat professional (ordinadors personals, equips d'intercomunicació portàtils, mòbils per ús professional, etc.) i tot aquell material necessari per a poder prestar servei amb seguretat i eficiència. L'empresa adjudicatària haurà de presentar un informe mensual amb la relació de les activitats que han tingut lloc conjuntament amb el detall dels serveis contractats per a la seva realització, que servirà com a base per realitzar la facturació mensual dels serveis prestats.

CLÀUSULA 5.- CALENDARI, HORARI I DURADA DEL CONTRACTE

Durant el desenvolupament del projecte, s'estima que la dedicació de la persona coordinadora i de la persona tècnica responsable de comunicació, sigui de 38 hores a la setmana cada una.

L'horari d'atenció s'haurà d'adaptar a la disponibilitat dels comerços (horari d'atenció als comerços i activitats econòmiques *in situ*) si bé la licitadora decidirà en funció d'un i en un horari de treball autònom i/o de gestió del projecte.

L'inici del contracte serà previsiblement a finals del mes de maig, principis del mes de juny de 2026. La durada inicial del projecte serà de 12 (DOTZE) mesos de prestació efectiva amb la possibilitat de formular una pròrroga de fins a 12 (DOTZE) mesos de prestació efectiva addicionals.

La pròrroga esdevé una opció a lliure disposició de Foment de Ciutat, conseqüentment l'adjudicatària no tindrà cap mena de dret o expectativa sobre aquesta possible pròrroga que serà concretada a voluntat de Foment de Ciutat, SA, en una o diverses pròrrogues que, la suma del seu conjunt, no podrà superar aquest termini màxim. Foment de Ciutat, comunicarà la decisió de realitzar la pròrroga amb una antelació mínima no inferior a 15 dies.

Foment de Ciutat, SA, podrà resoldre executar diferents pròrrogues sempre que la suma total de les mateixes no excedeixi el termini màxim prorrogable previst.

CLÀUSULA 6.- LLOC DE DESENVOLUPAMENT DEL PROJECTE

L'àmbit d'actuació del projecte són els EGA prioritaris de Park Güell, Sagrada Família i Rambla i entorns inclosos els seus mercats i els mercats de Santa Caterina i Barceloneta en una primera etapa, amb la incorporació de la resta d'EGA turístics (Turó de la Rovira, Passeig de Gràcia, Casc Antic, Gòtic).

Durant el desplegament del programa es realitzarà una identificació precisa de l'àmbit d'intervenció i dels establiments objecte del programa.

Foment de Ciutat, S.A.

L'atenció al comerç i les activitats econòmiques s'haurà de realitzar *in situ* en els mateixos establiments. Pel que fa al treball de caràcter intern, serà l'entitat licitadora qui en facilitarà l'espai el que no necessàriament haurà d'estar ubicat dins de l'àmbit del programa.

CLÀUSULA 7.- MATERIALS I ACTIVITATS

L'entitat adjudicatària haurà de proporcionar tots els mitjans necessaris per desenvolupar les funcions dels tècnics/ques (ordinador, programari, telèfon, impressora, formacions...). Per tant, el servei també inclourà la possibilitat de cobrir les despeses relacionades amb l'assessorament específic en matèria de digitalització i formacions destinades a la millora dels projectes econòmics i comercials.

No obstant l'anterior, es preveu comptar amb les següents partides alçades, per fer front a les despeses del serveis.

Es podrà fer ús de les partides alçades sempre i quan s'hagi pre-validat anteriorment la despesa per part de la persona responsable del projecte de Foment de Ciutat. Les partides són:

- Servei de mediació i traducció per facilitar la relació i l'establiment de vincles amb comerços d'origen divers. L'entitat adjudicatària serà la responsable de buscar i gestionar la contractació dels esmentats recursos. L'import serà de 4.000€ euros anuals.
- Comunicació: Per cartellera, material imprès o altra comunicació necessària que es consideri per tal de poder arribar a la població destinatària d'aquest servei. L'import serà de 4.000€ euros anuals.

La facturació d'imports a càrrec de les partides alçades es realitzarà en factura independent (detallant clarament en factura la partida alçada corresponent en el cas que n'hi hagi previstes varies), i caldrà acompanyar la factura de la seva corresponent acreditació documental (factures i, excepcionalment, tiquets) en un únic PDF.

En el cas de repercutir-se varies factures caldrà annexar necessàriament un quadre detallat de les diverses factures en el que es faci constar: data factura, creditor, concepte, import (desglossant base imposable i IVA i retenció IRPF) i data de pagament al tercer.

En tot cas, aquestes despeses es valoraran cas per cas i seran validades per les persones responsables del projecte per part de Foment de Ciutat, en coordinació amb el districtes implicats, Barcelona Activa, Direcció de Turisme i Direcció de Comerç. L'objectiu és oferir el recurs més adient a cada comerç i poder fer un acompanyament personalitzat segons les necessitats i potencialitats de cadascú.

CLÀUSULA 8.- DIFUSIÓ I COMUNICACIÓ

L'estratègia de difusió i comunicació del projecte anirà a càrrec de l'entitat licitadora en consens amb els serveis de comunicació de Foment de Ciutat i dels agents municipals implicats. La difusió haurà de seguir les normatives gràfiques de l'Ajuntament de Barcelona i els responsables de comunicació de Foment de Ciutat i de Promoció Econòmica.

La normativa gràfica es troba en el següent enllaç: <https://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/ca>

L'adjudicatària haurà de promoure el projecte mitjançant la difusió de la seva activitat i dels serveis que hi ofereix, fent especial èmfasi en les estratègies a peu de carrer i d'apropament als titulars dels comerços.

El cost econòmic corresponent al material destinat a la difusió i la comunicació del projecte es farà a càrrec de la partida alçada mencionada anteriorment.

L'entitat licitadora haurà de fer saber a la responsable de Foment de Ciutat qualsevol acció de comunicació o aparició a mitjans en referència a aquest projecte i sempre s'hauran d'incorporar les referències pertinents al programa EGA.

CLÀUSULA 9.- SEGUIMENT I AVALUACIÓ

L'adjudicatària haurà de participar en els espais de seguiment que s'aniran convocant per part de Foment de Ciutat i per la Direcció de Turisme i Direcció de Comerç en coordinació amb els agents municipals implicats en el programa.

L'adjudicatària haurà de realitzar un quadre de comandament de seguiment actuacions amb indicadors de seguiment. A més, haurà de remetre un informe de seguiment trimestral de les activitats realitzades, del progrés en els objectius del projecte, del nombre d'usuaris i usuàries ateses al servei, del seu perfil, el seu grau de satisfacció envers aquestes activitats, de l'evolució pel que fa al seu enxarxament, i també relatius als aspectes econòmics i pressupostaris del projecte i als de caràcter tècnic. Caldrà fer constar la metodologia emprada per a la confecció d'aquests informes de seguiment, els objectius fixats i els indicadors, les barreres o impediments amb què es topen, etc.

En els 30 dies posteriors a la data de finalització del projecte, l'entitat adjudicatària remetrà una memòria final que detallarà l'evolució del programa des del seu inici, i farà constar les conclusions del seu desenvolupament i resultat. Aquesta avaluació servirà per a rectificar, ajustar i millorar els serveis i activitats ofertes quan així sigui necessari en un futur.

A Barcelona

Begoña Planas i Vilaseca
Tècnica
Departament de Projectes Estratègics i Participació
Foment de Ciutat SA