



MERCADOS DE ABASTECIMIENTOS DE BARCELONA, S.A. "MERCABARNA"

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL
SERVEI DE POSICIONAMENT I COMUNICACIÓ DE LA MARCA
MERCABARNA ADREÇAT A LA CIUTADANIA, AMB MESURES DE
CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE**

EXP. 2026OB0003

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE POSICIONAMENT I COMUNICACIÓ DE LA MARCA MERCABARNA ADREÇATS A LA CIUTADANIA, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE – EXP. 2026OB0003

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec.

Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament excloua de la licitació.

1. OBJECTE

L'objecte del present Plec de Prescripcions Tècniques (en endavant, **PPT**) és determinar els requeriments tècnics que regiran la prestació dels **serveis de posicionament i comunicació de la marca Mercabarna adreçats a la ciutadania**, amb la finalitat de reforçar la notorietat, la visibilitat i la percepció de Mercabarna com a equipament d'interès estratègic, social i econòmic per a Barcelona i la seva àrea metropolitana.

L'objecte inclou la conceptualització, planificació, disseny, execució i avaluació d'una **campanya integral de comunicació i posicionament de marca** per a 2 anys orientada principalment al públic jove (18-29 anys), que contribueixi a:

- Incrementar el coneixement i reconeixement de la marca Mercabarna entre la ciutadania.
- Posicionar Mercabarna com a referent en alimentació saludable, sostenible i de qualitat.
- Generar un vincle emocional amb el públic jove a través de valors associats a la salut, la sostenibilitat, la qualitat i el plaer gastronòmic.
- Transmetre una imatge de Mercabarna com una institució dinàmica, oberta i innovadora, vinculada a la marca Barcelona.

Per a facilitar i acotar amb més precisió el plantejament estratègic i tàctic, consultar l'annex amb un *briefing* de campanya on es detallen els problemes a resoldre, objectius que ha d'assolir el pla, públic al que ens dirigim, abast i calendari, entre d'altres punts.

2. ANTECEDENTS I JUSTIFICACIÓ

Mercabarna és la societat pública que gestiona la Unitat Alimentària de Barcelona, on s'ubiquen els mercats centrals d'aliments frescos i de la flor, així com més de 600 empreses especialitzades en la distribució, elaboració i comercialització d'aliments.

Malgrat la seva rellevància econòmica i social, el coneixement de la marca Mercabarna entre la ciutadania és limitat, especialment entre els segments joves, que desconeixen el paper que juga en el proveïment alimentari de la ciutat.

Els estudis de percepció apunten que la marca Mercabarna és percebuda com un agent funcional i industrial, desvinculat de la dimensió emocional i dels valors que defineixen la seva activitat.

Aquesta licitació respon a la necessitat d'impulsar una estratègia de comunicació i posicionament que ajudi a **connectar amb la ciutadania**, especialment amb el públic jove, mitjançant missatges, formats i experiències que reflecteixin la seva contribució a la salut, la sostenibilitat i la qualitat de vida.

3. NECESSITATS A SATISFER I ABAST DE LES PRESTACIONS

El servei a contractar ha de garantir un **reposicionament estratègic de la marca Mercabarna** davant la ciutadania i una millora significativa de la percepció pública.

Les prestacions inclouran, de manera enunciativa i no limitativa:

- a) Definició de l'estratègia global de posicionament i comunicació.
- b) Disseny i execució de campanyes integrals multicanal (digitals, presencials, institucionals).
- c) Conceptualització i producció de materials gràfics, audiovisuals i digitals.
- d) Planificació i execució d'accions de difusió i activacions de marca.
- e) Disseny d'un sistema de mètriques per avaluar l'impacte de les accions.
- f) Assessorament estratègic continu i coordinació amb l'equip de comunicació de Mercabarna.

El projecte haurà d'incloure **accions de comunicació experiencial i digital**, que permetin la participació directa del públic jove i fomentin la interacció i la viralitat.

Totes les accions i materials hauran d'adequar-se a la identitat visual corporativa de Mercabarna i als criteris d'accessibilitat universal i igualtat de gènere.

Per a facilitar i acotar amb més precisió el plantejament estratègic i tàctic, consultar l'annex amb un *briefing* de campanya on es detallen els problemes a resoldre, objectius que ha d'assolir el pla, públic al que ens dirigim, abast i calendari, entre d'altres punts.

L'empresa adjudicatària del servei haurà de realitzar la campanya en **llengua catalana**, contemplant adaptacions a la llengua castellana.

4. CONDICIONS TÈCNIQUES DEL SERVEI

Els licitadors hauran d'elaborar un **pla anual de treball** que reculli:

- Objectius específics i línies d'actuació.
- Calendaris i cronogrames d'execució.
- Recursos humans i materials adscrits.
- Indicadors d'avaluació i control.

Aquest pla de treball s'haurà de presentar al SOBRE B, tot i que no serà valorat, però permetrà tenir una visió clara de les actuacions que es proposin.

La planificació podrà ser revisada periòdicament per acord de les parts per adaptar-se a noves necessitats de comunicació o avaluacions de resultats.

A més a més, els licitadors interessats en ser adjudicataris del contracte també hauran de presentar dins del Sobre B, tot i que no serà objecte de valoració, un portfoli de l'empresa.

Aquest portfoli permetrà conèixer l'empresa i l'estil propi d'aquesta. Al portfoli haurà de constar de projectes de comunicació i posicionament realitzats per a institucions públiques o grans empreses catalanes que hagin afrontat reptes similars als de Mercabarna (notorietat, proximitat ciutadana, connexió amb públic jove, sostenibilitat, valors socials i llengua). Es recomana aportar entre 3 i 5 projectes, presentats en format fitxa, amb la informació mínima següent (limitació 20 pàgines):

- Client / institució / empresa.
- Objectius del projecte.
- Accions principals desenvolupades.
- Resultats i indicadors d'impacte.

4.1 PROPOSTA AVALUADA DINS DEL SOBRE B

Els licitadors hauran de presentar dins del Sobre B una **proposta de campanya pilot en català** que inclogui:

- Objectius
- Línies creatives (màxim 2)
 - o Concepte creatiu i relat principal.
 - o Accions digitals (xarxes, canals digitals i altres propostes...)
 - o Accions experièncials (per exemple, esdeveniments, streetmarketing, etc.)
- Justificació estratègica i viabilitat.
- Impacte (proposta de KPI) i resultats previstos
- Materials visuals o audiovisuals de suport.

La proposta haurà d'incloure, com a mínim, una imatge representativa de la campanya que permeti visualitzar el concepte creatiu.

Els materials visuals o audiovisuals complementaris tindran caràcter orientatiu i podran presentar-se en forma de peces adaptades al concepte proposat o mitjançant moodboards, referències gràfiques, imatges inspiracionals o altres recursos equivalents.

No serà necessari desenvolupar peces finals ni produccions completes, atès que es tracta d'un exercici conceptual no vinculant.

La proposta haurà de ser presentada, preferiblement, en llengua catalana i tindrà caràcter orientatiu i no vinculant. Es tracta d'un exercici conceptual que podrà ser objecte de modificacions durant l'execució del contracte, sense que impliqui cap compromís per part de Mercabarna de dur-la a terme en els termes exactes presentats.

La proposta serà avaluada seguint els criteris d'adjudicació establerts a l'apartat G del Plec de Clàusules Administratives Particulars (PCAP).

A més a més, les empreses amb propostes que superin el llindar mínim establert al PCAP, seran convocades per realitzar una presentació i defensa de la campanya proposada a la seu de MERCABARNA. La proposta haurà de ser defensada presencialment per davant la unitat tècnica promotora del servei en una sessió màxima de **30 minuts de presentació i 15 minuts de preguntes**.

5. PERFILS PROFESSIONALS ADSCRITS I REQUISITS

D'acord amb l'article 76.2 de la LCSP, es considera **obligació essencial del contracte** l'adscripció dels perfils següents:

- **Director/a Estratègic/a:** responsable de definir i coordinar l'estratègia de posicionament i assegurar la coherència global del projecte (online i offline) de posicionament i comunicació, vetllar per l'alineació de les campanyes amb els objectius institucionals i de marca de Mercabarna, i assegurar la coherència i la viabilitat de les propostes a nivell de mercat i públic objectiu.
- **Director/a Creatiu/va:** responsable de la conceptualització de les campanyes (online i offline), dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- **Director/a de Comptes:** responsable de la coordinació general amb Mercabarna i del seguiment de les accions. Serà l'interlocutor amb Mercabarna.
- **Dissenyador/a Gràfic/a:** encarregat del suport creatiu i tècnic en el disseny i adaptació de materials.

L'empresa adjudicatària haurà d'acreditar l'experiència mínima exigides per aquests perfils i garantir-ne la dedicació efectiva durant tot el període contractual.

Per a tots els perfils s'exigeix un mínim de 5 anys d'experiència en projectes similars a l'objecte del contracte. Aquests perfils s'acreditaran mitjançant Currículums Vitae de cadascun dels perfils acreditant els anys d'experiència requerits, signada per part del responsable de l'empresa licitadora.

L'adjudicatari haurà de designar un **interlocutor únic** davant Mercabarna, amb capacitat de decisió i coordinació operativa.

6. LLOC D'EXECUCIÓ I COORDINACIÓ

Els serveis s'executaran principalment a la ciutat de **Barcelona**, en coordinació amb l'equip de Comunicació i Màrqueting de Mercabarna.

Es podran realitzar reunions periòdiques presencials o telemàtiques per al seguiment del projecte.

7. RESULTATS ESPERATS I INDICADORS

- Increment del coneixement de marca en el target (mesurat amb enquestes i mètriques digitals).
- Millora de la percepció de marca vinculada a salut, qualitat i plaer gastronòmic (percepcions qualitatives en focus grups o anàlisis de sentiment).
- Generació de contingut compartible i amb alta interacció.

- Impacte digital: abast, visualitzacions, engagement, viralització.
- Participació a activacions presencials (si n'hi ha).
- Recolzament de comunitats o creadors rellevants.

8. REQUISITS I OBLIGACIONS D'EXECUCIÓ

8.1 PROPIETAT INTEL·LECTUAL I CONFIDENCIALITAT

Tots els drets de propietat intel·lectual dels materials produïts en el marc del contracte correspondran íntegrament a **Mercabarna**.

L'adjudicatari haurà de garantir la confidencialitat de tota la informació obtinguda durant l'execució del servei.

8.2 CONTROL I SEGUIMENT

Mercabarna designarà un responsable tècnic del contracte que supervisarà l'execució del servei.

L'adjudicatari haurà de presentar informes periòdics amb resultats i mètriques d'avaluació.

8.3 OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

- L'empresa adjudicatària està obligada en l'execució del contracte al compliment de les obligacions aplicables en matèria mediambiental, social, laboral que estableixin el dret de la Unió Europea, el dret nacional, els convenis col·lectius o les disposicions de dret internacional mediambiental, social i laboral que vinculin a l'Estat, i en particular les que estableix l'annex V de la LCSP.
- També està obligada a complir les disposicions vigents en matèria d'integració social de persones amb discapacitat i fiscals.
- L'empresa adjudicatària s'obliga a complir les condicions salarials dels treballadors de conformitat amb el conveni col·lectiu sectorial aplicable.
- Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A podrà sol·licitar a l'adjudicatari que acrediti documentalment, si s'escau, que compleix amb les prescripcions establertes en el conveni col·lectiu que els sigui d'aplicació. Es procedirà d'igual forma per la resta de professionals adscrits al servei que no els sigui d'aplicació el conveni de referència.
- L'empresa adjudicatària haurà de promoure condicions de treball que evitin la comissió de delictes i altres conductes contra la llibertat sexual i la integritat moral en el treball, incidint especialment en l'assetjament sexual i l'assetjament per raó de sexe, inclosos els comesos a l'àmbit digital.
- L'empresa adjudicatària haurà de disposar d'un protocol per a la prevenció de l'assetjament sexual i per raó de sexe. En cas de no disposar d'un protocol propi, l'empresa adjudicatària adoptarà com a propi el protocol de Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A havent

de comunicar al seu personal destinat al servei objecte del contracte, la seva aplicació.

- L'empresa adjudicatària seleccionarà i assignarà el personal necessari per atendre les seves obligacions. L'esmentat personal dependrà exclusivament del contractista, per la qual cosa tindrà tots els drets i deures inherents a la seva qualitat d'empresari i haurà de complir les disposicions vigents en matèria laboral, de prevenció de riscos laborals i de la seguretat social referides al personal propi al seu càrrec.
- L'empresa adjudicatària procurarà que existeixi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, en ordre a no alterar el bon funcionament del servei, informant en tot moment a Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A
- En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i continua, el poder de direcció i gestió inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i el pagament dels salaris, l'assignació dels diferents serveis a prestar, així com fixar els horaris i torns de treball, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en els casos de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es deriven de la relació contractual entre empleat i ocupador.
- El contractista, exclusivament, serà l'encarregat de realitzar el control de presència i registre del horari del seu personal destinat a l'execució d'aquest contracte.
- El contractista haurà d'observar que els seus treballadors es diferenciïn clarament del personal de Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A mitjançant la uniformitat, identificació, títols de crèdit, acreditacions i qualsevol altre mitjà distintiu, i no és permès que el personal del contractista utilitzi anagrames o logos de Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A a la seva roba de vestir, cotxes, i material de producció en general.
- El contractista haurà de retolar els espais i el seu equipament amb tots els mitjans materials necessaris per a la prestació del servei i diferenciar-los dels de Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A.
- L'adjudicatari haurà de donar la formació professional necessària als seus empleats, a fi i efecte d'actualitzar els coneixements tecnològics i professionals que es vagin produint durant l'execució del contracte.
- El contractista serà responsable de la vigilància i direcció del treball dels seus empleats, així com de la seva correcta formació per a les tasques a realitzar en execució del contracte de serveis. Els treballadors de l'adjudicatari únicament rebran ordres dels responsables superiors jeràrquics de la seva empresa, sense que els estigui permès atendre ordres de treball impartides directament per persones vinculades laboralment a Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A
- L'adjudicatari es compromet a vetllar per una correcta execució d'aquest servei que eviti que

es pugui considerar l'existència de cessió il·legal d'algun dels seus treballadors/es assignats al mateix.

- El contractista designarà un coordinador general de servei que serà l'encarregat de mantenir l'enllaç amb la persona responsable de la Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A i de determinar l'organització, l'adequació i funcionament del servei contractat, així com de dirigir la seva execució i les activitats del seu personal. Tota comunicació relacionada amb l'execució del servei es farà exclusivament entre aquest coordinador i l'interlocutor designat per Mercados de Abastecimientos de Barcelona, S.A
- L'adjudicatari estarà obligat a complir la Llei de Prevenció de Riscos Laborals, la normativa que se'n deriva i les normes internes de la CCMA, S.A. amb la finalitat de garantir uns adequats nivells de seguretat i salut, i específicament el RD 171/2004, que desenvolupa l'article 24 de la Llei 31/1995, de 8 de novembre, de Prevenció de Riscos Laborals en matèria de coordinació d'activitats empresarials.

Barcelona, a data de signatura electrònica,

Alba Puig

Responsable de Comunicació