

PLEC PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PARTICULARS PER A L'ADJUDICACIÓ DELS SERVEIS D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA PER A LA COORDINACIÓ, ACTUALITZACIÓ, CREACIÓ I ADAPTACIÓ DE CONTINGUTS PER A LA PROMOCIÓ INTERNACIONAL DE SECTORS ESTRATÈGICS I ÀREES DE DESENVOLUPAMENT DE LA CIUTAT DE BARCELONA

Contingut

1. CONTEXT.....	2
1.1 L'estratègia de la promoció internacional de Barcelona	2
1.2 Públic objectiu	3
1.3 Objectius de comunicació	4
1.4 Materials existents objecte del contracte.....	4
1.5. Nous materials a desenvolupar i actualitzar	5
2. OBJECTE DEL CONTRACTE	5
2.1 Tasques.....	5
2.2 Requeriments tècnics.....	7
2.3 Equip tècnic necessari	9
2.4 Període de la prestació dels serveis	9
ANNEX 1: TAULA DE PREVISIÓ DE TREBALLS I DEDICACIÓ.....	10
ANNEX 2: MATERIALS EXISTENTS DE REFERÈNCIA	11

1. CONTEXT

1.1 L'estratègia de la promoció internacional de Barcelona

En el context d'un món globalitzat i interconnectat, la promoció econòmica de Barcelona en la seva dimensió internacional és necessària per:

- Explicar els valors de Barcelona i la solidesa dels fonaments de la nostra economia: tenim molts atributs i fortaleses i un compromís amb una economia oberta, social i solidària, respectuosa amb el medi ambient i amb les persones, apostant per la diversificació sectorial, la innovació i la creativitat i garantint l'estabilitat i la confiança. Cal projectar al món la nostra essència i allò que ens fa únics per expressar el nostre diferencial i identitat.
- Vetllar per la reputació de Barcelona, mantenint o millorant el bon posicionament del qual gaudeix actualment la ciutat, treballant coordinadament amb empreses, institucions i ciutadania. El bon posicionament global de Barcelona és una palanca per dinamitzar l'economia local, comunicant els seus actius, a partir d'un relat diferencial consensuat.
- Millorar les connexions aèries de llarg recorregut i promoure Barcelona com a *hub* aeri intercontinental.
- Captar activitat exterior que generi prosperitat, oportunitats i ocupació de qualitat, que és el millor antídote per prevenir i reduir les desigualtats.
- Atraure, acollir i retenir talent internacional que aportí innovació i diversitat a la societat i l'economia local i fer de Barcelona una ciutat referent en l'acollida i la integració de la comunitat internacional.

Per fer les tasques de promoció internacional de Barcelona, la **Direcció de Promoció Econòmica Internacional** de l'Ajuntament de Barcelona té un Pla d'acció anual 2025 i un Pla estratègic per al període 2023-2027.

Les accions de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional s'estructuren en dues grans línies d'activitat:

a) Promoció i posicionament econòmic

Es duen a terme una sèrie d'accions en mercats estrangers que tenen com a principal objectiu la millora del posicionament de Barcelona com a ciutat de negocis i la captació d'inversió per a la nostra ciutat. D'acord amb els mercats prioritaris i els sectors estratègics, i del creuament d'aquests dos paràmetres, es defineixen les accions operatives a desenvolupar.

Es realitzen missions de diplomàcia econòmica, participació en xarxes de ciutats i també es reben delegacions econòmiques que visiten la ciutat en viatge de negocis, prospecció o per participar en fires com l'ISE, el MWC o l'SCWEC.

També es realitza la promoció internacional de determinats sectors estratègics amb capacitat de creixement: Tecnològic i Digital, Urbanístic i grans projectes urbans, Rutes Aèries, Innovació i Ciència, Start-ups, Industrial-Logístic-Mobilitat, Economia Blava, i Ciències de la Vida entre d'altres.

També es treballa en la millora de la connectivitat intercontinental de l'aeroport de Barcelona. les connexions aèries de llarg recorregut des de l'aeroport de Barcelona-El Prat, a través de la participació al Comité de Desenvolupament de Rutes Aèries (CDRA).

b) El talent internacional: atracció, acollida, dinamització i fidelització

La ciutat atrau persones que venen a estudiar postgraus, doctorats i màsters en universitats i escoles de negoci, o bé, a fer recerca en algun dels centres d'investigació de referència. Molts decideixen quedar-se a Barcelona i emprendre un projecte empresarial o crear una start-up o una spin-off.

A més a més, les empreses locals requereixen perfils de persones altament qualificades que a vegades no troben entre les persones que viuen a la ciutat i han d'atraure-les d'altres localitzacions.

Tots aquests perfils de persones són el que anomenem talent internacional: persones amb iniciativa emprenedora, inversors, professionals qualificats, investigadors, estudiants, etc.

El 'talent internacional' és valuós per a la prosperitat i riquesa de l'economia local perquè:

- Generen riquesa directa amb el seu consum, inversions, projectes professionals i empresarials;
- Aporten capital humà, impulsant la competitivitat, innovació i diversitat a les nostres empreses i societat;
- Juguen un paper clau en les decisions d'inversions estrangeres i canalitzen projectes de negocis estrangers.

1.2 Públic objectiu

Els materials de promoció econòmica internacional objecte del contracte s'adrecen principalment a un públic professional i especialitzat, d'àmbit internacional, amb capacitat d'influència, prescripció o decisió en processos d'atracció d'inversió, implantació empresarial i localització de projectes econòmics. Es tracta d'agents que operen en entorns institucionals, financers i empresarials globals, amb un elevat nivell de coneixement sectorial i una demanda d'informació rigorosa, actualitzada i estratègica sobre l'ecosistema econòmic de Barcelona.

En concret, el públic objectiu inclou institucions internacionals i supranacionals, agències de promoció econòmica i d'inversions, organismes multilaterals, cambres de comerç, xarxes empresarials, consultores estratègiques, assessors en localització i desenvolupament de negoci, així com prescriptors clau que acompanyen empreses i inversors en la presa de decisions sobre nous mercats i destinacions. També s'adreça a inversors institucionals, fons d'inversió, corporacions multinacionals i empreses amb vocació d'expansió internacional que valoren Barcelona com a possible destinació o que ja hi tenen presència i volen aprofundir en el coneixement del seu posicionament sectorial, actius competitius i oportunitats de creixement.

Finalment, aquests materials han de donar resposta tant a perfils que es troben en una fase inicial d'exploració i comparativa de localitzacions, com a aquells actors que ja tenen interès o implantació a Barcelona i requereixen informació més detallada, sectorial i operativa per consolidar o ampliar la seva activitat. En tots els casos, el contingut ha de facilitar la funció prescriptora d'aquests agents, proporcionant arguments sòlids, dades contrastades i relats coherents que reforcin l'atractiu de Barcelona com a node econòmic internacional.

1.3 Objectius de comunicació

Els materials objecte del contracte tenen com a objectiu principal **dotar els prescriptors internacionals d'inversió, institucions, assessors i actors clau de l'ecosistema econòmic global d'un relat clar, coherent i rigorós sobre Barcelona**, que permeti comprendre en profunditat els valors, el model econòmic i els actius diferencials de la ciutat. A través dels dossiers sectorials, els documents de posicionament i els nous suports territorials, es vol **reforçar la capacitat d'aquests agents per explicar, recomanar i defensar Barcelona** com a destinació sòlida, fiable i competitiva, basada en una economia oberta, diversificada, innovadora i compromesa amb la sostenibilitat ambiental, la cohesió social i la qualitat de vida. La comunicació ha de transmetre estabilitat, confiança i ambició global, alhora que posa en valor l'escala humana i el caràcter singular de la ciutat.

Al mateix temps, els objectius de comunicació se centren en **consolidar i millorar la reputació internacional de Barcelona**, contribuint a un posicionament global coherent i compartit que actuï com a palanca per a la captació d'activitat econòmica exterior, la generació d'ocupació de qualitat i l'atracció i retenció de talent internacional. Els materials han de facilitar una lectura estratègica tant sectorial com territorial, ajudant a identificar oportunitats concretes d'inversió, implantació i creixement, així com a reforçar el paper de Barcelona com a hub econòmic, d'innovació i de connectivitat internacional. En aquest sentit, la comunicació ha de ser una eina activa al servei de la missió de la direcció, orientada a amplificar l'impacte de les accions de promoció econòmica internacional i a reforçar el paper dels prescriptors com a aliats clau del relat de ciutat.

1.4 Materials existents objecte del contracte

El contracte inclou el suport en l'edició, revisió, actualització i, si escau, adaptació de diversos materials consolidats de promoció econòmica internacional de la ciutat de Barcelona, adreçats a un públic

professional internacional. Entre aquests, destaca la col·lecció Barcelona Industry Focus, una sèrie de dossiers sectorials que presenten de manera sintètica i estratègica els principals sectors econòmics d'especialització de la ciutat, els seus actius diferencials, l'ecosistema empresarial i d'innovació, així com les oportunitats d'inversió i creixement. Aquesta col·lecció inclou actualment els següents àmbits: *Tech and Digital*, *Life Sciences*, *Startups and Scaleups*, *Blue Economy*, *Creative Industries*, així com *Conferences and Trade Fairs*, i constitueix una eina clau de suport a les accions de promoció i captació d'inversió internacional.

Així mateix, forma part dels materials objecte del contracte el document marc "Barcelona. The global ambition of a human scale city", que recull el relat global de posicionament econòmic internacional de la ciutat. Aquest document presenta els principals actius econòmics de Barcelona, el seu model de ciutat, la seva proposta de valor com a destinació d'inversió i negoci, així com els elements clau que defineixen el seu posicionament competitiu a escala internacional. Es tracta d'un material transversal, utilitzat com a document de referència en contextos institucionals, missions internacionals i accions de prescripció.

Per altra banda, el contracte inclou l'adaptació de continguts a diferents formats, com poden ser articles per a webs corporatives, presentacions de powerpoint, notes executives per a reunions,...

Al Annex II d'aquest Plec es detallen exemples de materials existents.

1.5. Nous materials a desenvolupar i actualitzar

El contracte també preveu el desenvolupament, actualització i estructuració de nous suports sectorials i territorials, amb l'objectiu de reforçar la presentació d'àrees estratègiques de desenvolupament econòmic de la ciutat.

En concret, es preveu l'elaboració i actualització de mapes i materials de suport vinculats a àmbits clau com el districte 22@, la Marina del Prat Vermell i l'àmbit Sagrera–Besòs–la Maquinista. Aquests materials hauran de facilitar una comprensió clara del posicionament de cada àrea, els seus usos econòmics, sectors prioritaris, projectes tractors i oportunitats d'implantació, i hauran de ser coherents amb el relat global de promoció econòmica internacional de Barcelona.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquest contracte és la realització dels serveis d'assistència tècnica per a la coordinació, actualització, creació i adaptació de continguts per a la promoció internacional de sectors estratègics i àrees de desenvolupament de la ciutat de Barcelona.

2.1 Tasques

El contracte té per objecte la prestació de serveis de suport especialitzat coordinació, actualització, creació i adaptació de continguts per a la promoció internacional de sectors estratègics i àrees de desenvolupament de la ciutat de Barcelona. En aquest marc, l'empresa adjudicatària haurà de dur a terme, com a mínim, les tasques següents:

1. Anàlisi prèvia i alineament estratègic

- Anàlisi dels materials existents de promoció econòmica internacional (dossiers sectorials, documents de posicionament i altres suports).
- Comprensió del públic objectiu, dels usos dels materials i dels canals de difusió previstos.
- Alineament dels continguts amb l'estratègia, el relat i les prioritats de la Direcció de Promoció Econòmica Internacional.
- Coordinació inicial amb l'equip tècnic responsable per definir criteris de contingut, to, estructura i formats.

2. Edició i actualització de materials existents

- Revisió i actualització anual de la col·lecció **Barcelona Industry Focus**, incloent-hi els àmbits sectorials vigents (Tech and Digital, Life Sciences, Startups and Scaleups, Blue Economy, Creative Industries, Conferences and Trade Fairs) i amb la possibilitat de crear nous dossiers per altres sectors estratègics.
- Actualització de dades, indicadors, referències i continguts sectorials, garantint-ne la vigència i el rigor.
- Revisió i millora del relat, l'estructura i la claredat dels continguts, amb orientació a la seva funció prescriptora.
- Edició i actualització del document **"Barcelona. The global ambition of a human scale city"**, assegurant la coherència amb el relat global de ciutat i amb la resta de materials.

3. Desenvolupament de nous suports territorials autoexplicatius

- Disseny conceptual i desenvolupament de mapes i materials de suport autoexplicatius per als àmbits del **22@, la Marina del Prat Vermell i Sagrera-Besòs-la Maquinista**.
- Definició de diversos itineraris per a cada àmbit, estructurats segons criteris sectorials, funcionals o estratègics (nodes econòmics, projectes tractors, infraestructures clau, espais d'activitat, etc.).
- Elaboració de continguts de context que situïn cada àmbit dins l'estratègia econòmica de la ciutat (rol territorial, sectors prioritaris, oportunitats d'implantació, accessibilitat i actius diferencials).
- Garantir una lectura clara, ordenada i comprensible dels materials per part de públic internacional.

4. Redacció, síntesi i adequació de continguts

- Redacció de continguts amb un llenguatge clar, sintètic i adequat a un públic professional internacional.
- Capacitat de síntesi de continguts econòmics, sectorials i territorials complexos.
- Garantir la coherència terminològica i conceptual entre tots els documents.
- Adaptació dels continguts a diferents formats i suports, garantint-ne la consistència narrativa i l'eficàcia comunicativa. Això inclou l'adequació de textos per a:
 - Pàgines web i microsites informatius.
 - Articles o reportatges per a mitjans especialitzats.
 - Presentacions corporatives i institucionals (PowerPoint o formats equivalents).
 - Dossiers breus, fitxes sectorials, notes executives i altres formats de síntesi.
 - Materials per a xarxes socials o newsletters, quan escaigui.

5. Coordinació, validació i iteració

- Coordinació continuada amb l'equip tècnic municipal per al seguiment dels continguts.
- Incorporació de comentaris, esmenes i validacions successives fins a l'aprovació final dels materials.
- Capacitat d'adaptació a canvis derivats de l'evolució de les prioritats estratègiques.
- Lliurar un informe anual (preferiblement al mes de desembre) en què es reculli el material generat durant l'execució del contracte.

6. Coordinació amb proveïdors i delimitació de l'abast del contracte

- El contracte **no inclou** el disseny gràfic, la impressió ni la traducció dels materials a diferents idiomes, que es contractaran de manera independent.
- Tanmateix, l'empresa adjudicatària haurà de garantir la **coordinació amb els proveïdors implicats** i amb els equips tècnics de l'Ajuntament, assegurant que els continguts s'entreguen en les condicions adequades per a la seva maquetació, traducció i publicació.
- L'empresa adjudicatària actuarà com a **referent de continguts** dels materials objecte del contracte durant tot el procés fins a la seva publicació.

A l'Annex I, a mode orientatiu, es detalla una previsió de tasques amb una estimació de la càrrega horària corresponent.

2.2 Requeriments tècnics

L'empresa adjudicatària a l'hora de realitzar els serveis objecte del contracte haurà de:

- **Coordinar-se i treballar en equip**, seguint les eventuais instruccions d'altres departaments municipals que donen suport a la Direcció de Promoció de Ciutat, com la Direcció de Comunicació, d'Internet o de Serveis Publicitaris. Així mateix haurà de treballar en equip i conjuntament amb altres proveïdors de serveis que pugui tenir la Direcció de Promoció de Ciutat, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so, etc.
- **Seguir la metodologia pactada**: El procediment de treball preveu que, a l'inici de cada anualitat, es realitzi una reunió de planificació amb l'equip tècnic municipal per concretar els treballs a desenvolupar, definir el calendari i acordar les actuacions previstes. Al llarg de l'execució del contracte s'establiran reunions de seguiment periòdiques —amb la freqüència que es consideri necessària— per valorar l'estat d'avanç dels materials, introduir nous encàrrecs, revisar possibles ajustos i adaptar les prioritats en funció de l'evolució de les necessitats estratègiques.
- **Aplicar la identitat gràfica corporativa i els manuals temàtics** de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui. La normativa gràfica municipal, així com els logotips, estan disponibles des de l'enllaç següent: <http://www.bcn.cat/publicacions/normativagrafica/>
- **Coordinar-se amb l'empresa traductora** de l'Ajuntament de Barcelona per a la preparació, lliurament i seguiment dels continguts a traduir als idiomes que es determinin en cada publicació —entre els quals poden incloure el **català, el castellà, l'anglès, el xinès, el coreà i el japonès**—, actuant com a referent de continguts, resolent dubtes terminològics i vetllant per la coherència i adequació dels textos traduïts amb els originals validats.
- **Coordinar-se amb l'empresa de disseny gràfic** designada per l'Ajuntament de Barcelona per a l'actualització, maquetació o desenvolupament de nous continguts i materials, assegurant la correcta transmissió dels criteris de contingut, l'estructura dels documents, la coherència del relat i l'adequació dels textos als formats gràfics definits, així com la resolució de dubtes de contingut durant tot el procés de producció.
- **Disponibilitat per recórrer, si escau, al suport d'agents o professionals especialitzats** en àmbits de coneixement molt específics, quan la naturalesa dels continguts o les necessitats del projecte així ho

requereixin, amb l'objectiu de garantir el rigor tècnic, la qualitat de la informació i l'adequació dels textos al context i als públics destinataris.

- L'empresa adjudicatària ha de **presentar un pressupost de cadascun dels encàrrecs que se li efectuin**, en el termini de 48 hores des de la sol·licitud de l'encàrrec, els quals hauran de ser acceptats per la direcció de Promoció Econòmica Internacional.
- L'empresa adjudicatària ha de tenir **disponibilitat completa en horari de 08.30h a 18.00h de dilluns a divendres**. L'empresa adjudicatària haurà de tenir disponibilitat conforme el calendari laboral de la ciutat de Barcelona. L'empresa haurà de designar una persona responsable per a cobrir les vacances i facilitar-ne el les dades de contacte.
- Cada proposta d'execució s'haurà de presentar per la seva validació per part del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos de l'Ajuntament de Barcelona. La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció la realitzarà el tècnic responsable de cada projecte.
- **Cedir drets i propietat intel·lectual dels continguts**. Tots els continguts, textos, estructures narratives, sistemes d'organització de la informació i materials desenvolupats en el marc del contracte seran propietat exclusiva de l'Ajuntament de Barcelona. L'empresa adjudicatària cedirà de manera universal, indefinida i per a tots els formats, suports i canals els drets d'explotació que poguessin correspondre als materials elaborats, i facilitarà, a la finalització del contracte o quan sigui requerit, el traspàs ordenat dels arxius de continguts i documentació associada a les persones referents designades per l'Ajuntament.
- **L'execució del contracte es realitzarà a les instal·lacions de l'empresa i amb els seus propis mitjans materials**, excepte en els casos puntuals i excepcionals mencionats en el punt anterior, en què caldrà desplaçar-se al lloc de l'activitat per poder-ne fer la cobertura.
- **Protecció de dades**: en compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació, les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.
Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació que pugui facilitar la Direcció de Promoció Econòmica Internacional en compliment d'aquest contracte, així com qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació en els seus arxius.
En aquest sentit, i seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors en relació a l'accés a la informació de la Direcció, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.
- **Confidencialitat**: l'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzat.

2.3 Equip tècnic necessari

L'empresa ha de garantir en tot moment l'equip humà necessari per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic i, en particular, es requereix que el nombre de personal tècnic, integrat o no en l'empresa, participant en l'execució del contracte ha de ser com a mínim de 2 persones, segons els següent perfils professionals:

- **Director/a de Redacció (Cap de projecte):**
 - Serà la persona responsable de la coordinació i la interlocució amb la Direcció de Promoció de Ciutat i altres persones implicades en l'execució del contracte. Farà proposta de metodologia i calendari de treball. Farà el seguiment de les accions i el seu impacte i marcarà les línies per a la creació de continguts.
 - Haurà de tenir una titulació o acreditació acadèmica de grau universitari en Comunicació, Publicitat, Periodisme o àrees de coneixement similar i experiència professional mínima de 5 anys en llocs de responsabilitat similar.

- **Periodista (Redactor):**
 - Serà la persona responsable de preparar, redactar i actualitzar els continguts especialitzats, pensant en el públic objectiu.
 - Haurà de tenir una titulació o acreditació acadèmica de grau universitari en Comunicació, Publicitat, Periodisme o àrees de coneixement similar i experiència professional mínima de 3 anys en tasques similars.

En cas que per alguna causa justificada s'hagi de substituir una persona de l'equip de treball, es farà per una persona amb la mateixa formació i experiència que s'indica, o en el seu cas, de la que l'empresa licitadora hagi ofertat.

2.4 Període de la prestació dels serveis

Es preveu una durada de 12 mesos a partir de l'1 d'octubre de 2026, o bé, a partir de l'endemà de la formalització del contracte, i amb la previsió de fins a 36 mesos de pròrroga.

ANNEX 1: TAULA DE PREVISIÓ DE TREBALLS I DEDICACIÓ

Aquest annex incorpora una previsió orientativa dels treballs que es preveu encarregar durant l'annualitat, així com el volum estimat d'hores necessàries per al seu desenvolupament en funció de cada perfil.

Aquesta planificació té caràcter indicatiu i té per finalitat facilitar la definició de l'abast del contracte i la seva correcta estimació econòmica.

Les hores i actuacions podran ajustar-se al llarg de l'execució del contracte en funció de les necessitats i prioritats establertes per la Direcció de Promoció Econòmica Internacional.

Tasca	Cap de projecte			Redactor		
	Unitats previstes	Hores previstes per unitat	Hores totals	Unitats previstes	Hores previstes per unitat	Hores totals
Revisió, edició i actualització de dossiers Barcelona Industry Focus i altres documents de promoció	9	4	36	9	40	360
Creació de nous dossiers sectorials tipus "Barcelona Industry Focus" i altres documents de promoció	1	16	16	1	160	160
Revisió, edició i actualització del document "Barcelona. The global ambition of a human scale city"	1	6	6	1	60	60
Adaptació de continguts a altres suports: articles, xarxes socials, powerpoints,...	20	1	20	20	5	100
Creació de nous suports de promoció territorial: 22@, Marina Prat Vermell, Sagrera,...	2	16	32	2	160	320
TOTAL			110h			1000h

ANNEX 2: MATERIALS EXISTENTS DE REFERÈNCIA

Els dossiers sectorials que s'hauran d'actualitzar de forma anual es troben en els següents enllaços:

Barcelona: The global ambition of a human-scale city

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137185>

Digital and Tech

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137191>

Creative and cultural industries

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137189>

Blue Economy

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137188>

Life sciences and healthcare

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137186>

Startups and Scaleups

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/137190>

Conferences and Trade Fairs

<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/144470>