

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES PARTICULARS PER AL DISSENY, PRODUCCIÓ I REALITZACIÓ DEL PROJECTE “CRAFTS2B. INNOVATION BUSINESS CRAFTS” PER A L’ANY 2026

OBJECTIU DE LA LICITACIÓ

La present convocatòria té per objecte la contractació d’una empresa per a les tasques de disseny, producció i realització del projecte “Crafts2B. Innovation Business Crafts” en la seva edició de 2026, prorrogable, si és el cas, a l’edició de 2027.

Crafts2B és un projecte que té com a objectiu apropar l’artesania a empreses industrials de tots els sectors, per tal de facilitar que aquestes obrin la porta a col·laboracions amb mestres artesans/es i/o a la incorporació de tècniques artesanals en la seva proposta de valor.

El públic al qual s’adreça Crafts2B està format principalment per persones que tenen càrrecs executius en els àmbits d’innovació, disseny, màrqueting o similars d’empreses, mitjanes o grans, tant catalans com de la resta de l’Estat o l’àmbit internacional. Aquest component fa que el vessant de relacions públiques i comunicatiu del projecte sigui particularment rellevant.

D’acord amb experiències passades, s’ha constatat que aquest perfil de públic té poca disponibilitat i és difícil d’atraure a esdeveniments creats ad hoc per al projecte. Per tal d’arribar-hi, es considera especialment important que Crafts2B sigui capaç de dur l’artesania als espais que freqüenten aquestes persones —físics o virtuals—, més que no pas destinar esforços a mobilitzar-les cap a nous esdeveniments.

JUSTIFICACIÓ DE L’ACTUACIÓ

El Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) té com a finalitat la promoció i l’impuls del sector comercial, l’artesanal i el suport a la moda catalana, amb l’objectiu de fomentar la competitivitat i la qualitat d’aquests sectors.

Més concretament, el CCAM vol fomentar la imatge i el prestigi social de l’artesania, difondre-la i preservar-ne el valor patrimonial, millorar-ne la competitivitat i augmentar-ne la presència internacional i digital, mitjançant actuacions de promoció comercial, cultural, formativa i divulgativa.

El sector artesanal català està integrat per 9.800 empreses que ocupen més de 12.000 persones. Aquesta atomització fa necessari dur a terme accions de suport a l’enfortiment de les empreses, la comercialització dels productes i el foment de

l'intercanvi de coneixement. Un línia de treball prevista en el Pla de competitivitat, creixement i innovació de Comerç, Artesania i Moda. 2024-2028, que s'incardina en el Pla de Govern de la XVa legislatura a través de l'objectiu número 8 del Pla Departamental d'Empresa i Treball.

D'acord amb les característiques específiques i les necessitats administratives d'aquest contracte, es creu necessària la contractació d'una empresa especialitzada en relacions públiques i comunicació, en el desenvolupament de serveis en l'àmbit de suport empresarial a les empreses artesanes i, molt especialment, en la generació de sinergies entre diferents sectors d'activitat econòmica.

EXPERIÈNCIA PRÈVIA

La primera edició del Crafts2B va consistir en una trobada puntual, celebrada el 10 d'octubre de 2023 de manera presencial a l'espai Roca Barcelona Gallery. La jornada va reunir una setantena d'assistents que van gaudir d'un primer contacte per generar un punt de trobada entre indústria i l'alta artesania.

Aquesta jornada va comptar amb taules rodones, una exposició de casos d'èxit i sessions de networking, amb la participació de representants d'entitats i prescriptors vinculats a l'artesania, d'àmbits com la formació i l'educació o del foment empresarial.

El programa s'ha consolidat i ampliat durant els anys posteriors. El 2024 es va desenvolupar el programa Crafts2B Connections, que generaria més de 150 contactes de negoci entre artesans i empreses de sectors com la moda, el disseny, l'arquitectura o l'interiorisme, i va culminar amb la celebració del Crafts2B Day, que va reunir prop d'un centenar de professionals.

L'any 2025 es va incorporar el Crafts2B Tour, un itinerari de visites a tallers i espais d'alta artesania amb l'objectiu de facilitar connexions directes entre creadors i empreses dels sectors de la moda, el disseny i la creativitat, reforçant el paper del programa com a pont estable entre l'artesania i la indústria¹.

De cara al 2026, es fa notar la reflexió apuntada en l'apartat anterior: es preveu reorientar el projecte de manera que es porti l'artesania als fòrums empresarials, més que no pas la creació d'espais de trobada entre els i les representants de les empreses i els i les mestres artesanes.

¹ Més informació: https://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/artesania/serveis- artesania/crafts2b/

DESCRIPCIÓ DELS OBJECTIUS

- a. Posar en relleu davant d'indústries de tots els sectors el potencial que té per a elles incorporar l'artesanía en la seva proposta de valor.
- b. Facilitar el contacte amb mestres artesans/es, de manera que es facin realitat les propostes col·laboració.
- c. Incrementar la visibilitat i el prestigi del sector artesanal de Catalunya de cara a les potencials empreses compradores d'artesanía d'àmbit nacional i internacional.
- d. Detectar les necessitats d'aquestes empreses i amb quin tipus d'artesanía d'ofici poden col·laborar per al foment de diverses sinergies.
- e. Analitzar les tendències actuals en els models de negoci als que s'enfronta l'empresa artesana des d'una vessant professional i empresarial.

OBJECTE DEL CONTRACTE

D'acord amb la necessitat d'arribar al públic empresarial en els seus nodes d'interès, el projecte Crafts2B per a l'any 2026 girarà al voltant de dos grans eixos:

- a. Eix divulgatiu

L'empresa adjudicatària crearà continguts divulgatius, de caire inspiracional, que permetin explicar el potencial de les sinergies entre artesanía i indústria.

Aquests continguts, haurà de presentar-los en sessions físiques en almenys 5 fòrums empresarials d'interès (reunions empresarials, gremis, associacions empresarials, cercles de debat, associacions, clústers, fundacions empresarials, etc). El contacte, coordinació i facilitació de les sessions va a càrrec de l'empresa adjudicatària.

Les propostes presentades hauran de presentar una llista dels possibles fòrums empresarials on es preveu presentar els continguts. Aquesta llista haurà de ser el més extensa possible, prioritzant els esdeveniments més rellevants i els més factibles.

Les accions d'aquest eix han de preveure la diversitat d'oficis artesans, de manera que s'hi vegin representats un mínim de 10 oficis diferents.

Las accions d'aquest eix han de preveure continguts diferenciats en funció de l'espai on estigui previst presentar-los (p/e: treballar l'artesanía en el punt de venda, en cas que es faci la presentació a un grup d'empreses de retail).

Si és necessari, el CCAM es compromet a intercedir davant dels organismes d'interès per facilitar que l'empresa adjudicatària accedeixi a aquests espais de presentacions; no obstant això, es valorarà especialment les garanties que doni per se les propostes i l'interès de fòrums proposats.

El CCAM es compromet a posar a disposició de les empreses un servei de contacte al qual podran adreçar-se per identificar artesans/es amb qui col·laborar, en funció de les seves necessitats concretes.

El projecte Crafts2B no preveu la generació de nous esdeveniments en el marc del projecte, que presumiblement tindrien grans dificultats per atraure aquesta tipologia de públic.

b. Eix comunicatiu

El segon eix correspon a preparar, elaborar i maquetar continguts en diferents formats, que posin en valor l'artesanía i que vagin adreçats al públic empresarial.

Aquests continguts han d'estar orientats als diferents canals que segueix aquest públic:

- Premsa especialitzada (online i/o impresa)
- Podcasts econòmics i creadors de contingut empresarial
- Programes de televisió
- Xarxes socials de caire professional
- Altres canals d'interès

Correspon a l'empresa adjudicatària l'elaboració d'una proposta de pla de mitjans del màxim abast possible, tant generalistes com premsa especialitzada en l'àmbit econòmic i similar. Aquest pla de mitjans haurà de contemplar com a mínim: estratègia a implementar, audiències, mitjans i/o periodistes escollits, target de subscriptors/lectors i ROI esperat per a cada mitjà.

El cost d'aquest pla serà assumit pel CCAM i no pot superar en cap cas els 7.000€. La seva contractació anirà a càrrec del CCAM. Ara bé, la definició i negociació seran responsabilitat de l'empresa adjudicatària, sempre amb el vistiplau de les àrees d'Artesania i de Comunicació del CCAM.

El conjunt del pla de mitjans haurà de ser validat amb caràcter previ per l'àrea de Comunicació del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya.

Es valorarà especialment:

- La qualitat de les especificats tècniques del material que es preveu generar (textos, fotos, vídeos, etc.)
- Una variada selecció dels mitjans, periodistes i/o creadors de contingut econòmic amb qui es vol contactar.
- La capacitat de relacionar-se amb mitjans de comunicació nacionals i internacionals, així com els recursos disponibles per accions de relacions públiques.
- La proposta argumental dels continguts, prioritzant les històries de vida i el caràcter inspiracional de col·laboracions empresarials.
- La capacitat de les empreses licitadores per negociar amb mitjans la incorporació la introducció de continguts sobre artesania de manera gratuïta, arran del seu innegable interès comunicatiu.
- La capacitat per dur a terme un seguiment i anàlisi de l'impacte i/o visualitzacions de cada comunicació.
- Un informe de valoració econòmica de la presència en mitjans, així com la valoració econòmica i qualitativa dels continguts generats per tercers (influencers i altres agents d'interès).

SERVEIS CONCRETES A PRESTAR

L'empresa adjudicatària es farà càrrec de tots els recursos tècnics i dels recursos humans necessaris per a la realització del contracte, en els seus dos eixos d'actuació:

Eix divulgatiu

a. Logística

- Contacte i negociació amb fòrums empresarials.
- Disseny del pla de presentacions per a l'any 2026.
- Producció i contractació dels elements necessaris per a les presentacions, inclosos materials i/o possibles obsequis que es puguin lliurar.
- Si escau, contractació de la ambientació sonora i lumínica del l'espai, i del servei de càtering.

b. Continguts a presentar

- Elaboració, producció i edició dels materials comunicatius i d'un vídeo promocional específic.
- Proposta de ponent principal.
- Lideratge i dinamització de les sessions.
- Creació dels materials de suport per a les sessions, roll ups, papereria i altra, d'acord amb la imatge gràfica de Crafts2B.
- Creació d'un vídeo del making of i/o del desenvolupament de les diferents accions, i protocol de difusió d'aquests materials per adreçar a noves empreses.

c. Disseny i producció de la imatge gràfica, en totes les aplicacions i formats que el CCAM requereixi, sempre tenint en compte les pautes de disseny que es marcaran per a la propera edició.

- d. Millores d'apalancament. Com sigui que el pressupost del projecte Crafts2B és limitat, cal preveure accions per incrementar-ne l'impacte sense incrementar els recursos:
- Capacitat per negociar espais en mitjans de comunicació de manera gratuïta.
 - Pla de patrocini. L'empresa adjudicatària haurà de validar prèviament amb la direcció del CCAM tant el pla de patrocini com les marques a les que contactarà prèviament a l'enviament de qualsevol comunicació o negociació.

Eix comunicatiu

a. Relació amb mitjans

- Selecció dels mitjans, periodistes i/o creadors de contingut amb els quals es preveu contactar, prèvia autorització de l'àrea de Comunicació del Departament d'Empresa i Treball.
- Proposta de l'estratègia de comunicació i pla de mitjans per a la difusió de l'artesanía, que integri: objectius, resultats proposats i planificació per assolir-los.
- Coordinació i la gestió de les relacions amb els mitjans, periodistes i/o creadors de contingut que s'hagi seleccionat, sempre amb un clar enfocament a la premsa econòmica especialitzada.
- Assistència als periodistes per a qualsevol dubte que pugui sorgir-los, fins a quatre mesos després de cada publicació.

b. Creació i redacció de continguts

- Disseny i redacció de continguts per als mitjans amb els quals s'hagi arribat a acords, inclosa la cerca d'imatges originals i d'alta qualitat, la redacció de textos i l'enregistrament de noves peces audiovisuals, si escau.
- Redacció de propostes de notes de premsa i altres materials de comunicació.

c. Seguiment, anàlisi i millora

- Pla de seguiment de les publicacions a mitjans i enviament d'informes periòdics d'impacte al CCAM.

- Informe final de l'eix comunicatiu, que inclogui: mesura de l'impacte, revisió de la metodologia emprada, recull d'indicadors quantitatius i qualitatius, recull dels inputs més destacats, recomanacions de millorar i demès.

CONTINGUT DE LES PROPOSTES

L'empresa licitadora haurà de presentar un dossier amb la següent documentació:

- a. Estructura proposada per al projecte
 - Conceptualització i metodologia.
 - Planificació de les accions a desenvolupar per a cadascun dels dos eixos de treball.
 - Relació de sinergies entre els dos eixos de treball.
 - Cronograma detallat.
 - Recursos disponibles.
- b. Continguts
 - Proposta detallada dels continguts de l'eix divulgatiu (formats, temàtiques, imatge, etc.) on es vegin reflectits com a mínim 10 oficis artesans.
 - Llistat ambicions però realista dels fòrums empresarials on es preveu presentar els continguts.
 - Proposta de pla de mitjans previst .
 - Proposta detallada dels continguts previstos per a l'eix comunicatiu.
 - Enfocament orientatiu de la imatge gràfica que es preveu mantenir.
- c. Altres elements
 - Cronograma detallat de les actuacions.
 - Equip de treball, amb una relació dels currículums (tan propis com subcontractats).
 - Detall de les possibles subcontractacions previstes.

L'empresa licitadora haurà d'indicar i concretar les millores que consideri puguin optimitzar el servei a contractar.

DISPONIBILITAT

L'empresa contractada haurà de destinar el temps i recursos necessaris per la correcta prestació dels treballs objecte d'aquest contracte, i haurà de tenir disposició a temps complert durant els dies de l'esdeveniment. És imprescindible que l'empresa faci un correcte ús de la llengua catalana en totes les comunicacions envers el Crafts2B.

ORGANITZACIÓ

L'empresa adjudicatària és coordinarà a efectes del correcte desenvolupament del projecte amb els responsables de l'Àrea d'Artesania del CCAM. El CCAM designa el/la Responsable de l'àmbit de Projectes de Promoció de l'Àrea d'Artesania del CCAM com a responsable del projecte. A tal efecte, es duran a terme les reunions necessàries per al satisfactori desenvolupament del projecte, com a mínim una reunió quinzenal de seguiment de les fases d'execució i del compliment del cronograma presentat per l'adjudicatari.

L'empresa adjudicatària facilitarà al CCAM qualsevol informació que se li sol·liciti en relació amb l'objecte del contracte, en el temps i la forma que s'acordi. El CCAM es reserva el dret de la realització de forma unilateral les accions específiques que cregui oportunes pel millor desenvolupament del Crafts2B.

OBLIGACIONS DE L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA

L'empresa contractada respondrà davant del CCAM de la correcta realització de les activitats contractades, dels continguts generats i de l'aplicació i observació dels deures professionals que li corresponen.

L'empresa contractada facilitarà al CCAM qualsevol informació que se li sol·liciti en relació a l'objecte del contracte en el temps i la forma que s'acordi.

L'empresa contractada s'obliga a mantenir la confidencialitat sobre els assumptes que tingui coneixement per raó de la prestació de serveis objecte d'aquest contracte, no podent-ne donar difusió sense l'autorització expressa i per escrit de l'àrea d'Artesania.

Igualment, l'empresa adjudicatària abans de donar sortida a qualsevol material que comporti transmissió d'informació en qualsevol mena de suport (roll ups, fulletons, web, entre d'altres), haurà de tenir la prèvia aprovació de la unitat de Comunicació del CCAM. Aquesta unitat s'encarregarà d'informar i validar tots els requeriments relatius al Programa d'Identificació Visual (PIV) que regeixen la identitat corporativa de la Generalitat de Catalunya.

L'empresa adjudicatària cedirà amb caràcter exclusiu al CCAM, tots els drets d'explotació de l'obra, sense límit de temps ni àmbit territorial, d'acord amb la vigent Llei de la Propietat Intel·lectual. La signatura del corresponent contracte suposarà, entre d'altres, la formalització de la esmentada cessió, i si s'escau, s'obligarà també a obtenir les corresponents autoritzacions i/o cessions de les persones físiques titulars dels drets d'imatge.