

PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ESTRATÈGIA, CREATIVITAT I DISSENY DE LES CAMPANYES DE COMUNICACIÓ DEL SERVEI DE PROMOCIÓ DE CIUTAT I COMERÇ DE L'AJUNTAMENT DE MATARÓ.

Antecedents

Mataró és una ciutat dinàmica, emprenedora, mediterrània, universitària, comercial i amb un entorn natural que va del mar, amb bones platges i un port esportiu, a les muntanyes de la serralada prelitoral amb el parc forestal.

La ciutat posseeix un ampli i variat patrimoni cultural i tradicional. Restes de la ciutat romana Iluro, el conjunt barroc de la capella dels Dolors, el Modernisme de la Casa Coll i Regàs, els inicis de la industrialització amb els vapors, les fàbriques i les cooperatives i la primera obra de Gaudí, la Nau Gaudí; entre d'altres.

Les festes tradicionals tenen a Mataró característiques pròpies que les fan ser un atractiu més de la ciutat. La festa major de Les Santes, declarada Festa Patrimonial d'Interès Nacional, té una gran participació i implicació ciutadana. Altres esdeveniments com el carnestoltes, els tres tombs o la cavalcada de reis també són moments on la ciutat es bolca i rep gran quantitat de visitants per gaudir-les juntament amb els residents.

Un altre dels àmbits en els que destaca Mataró és en l'oferta de productes d'alimentació de qualitat i oferta gastronòmica. Mercats tradicionals, amb productes de qualitat i proximitat, es combinen amb una oferta variada de restauració.

Tots aquests elements es van configurant com a una oferta potent. Per una banda, per atraure visitants dels entorns més propers com a capital comercial i, per l'altra banda, altres àmbits geogràfics més llunyans, on aquestes característiques poden ser més valorades, com són el Vallès Occidental i Oriental, Osona o l'àrea metropolitana de Barcelona. Es una oferta per a un públic principalment familiar, on tothom pot trobar allò que els agradi.

El servei de Promoció de Ciutat i Comerç de l'Ajuntament de Mataró ha anat configurant una programació anual d'activitats i serveis que tenen per objectiu trobar els moments més àlgids per a la visita turística i lúdica de la ciutat. Aquesta programació necessita d'una comunicació que estigui en línia amb els valors de la ciutat, faciliti el posicionament com a destinació turística, d'oci i lúdica i alhora transmeti la imatge de ciutat amb qualitat de vida.

Context estratègic

Mataró2022

Pla Estratègic de ciutat Mataró 2022 amb els 3 reptes: lluita contra l'atur i crear ocupació de qualitat; igualtat d'oportunitats i cohesió social i Imatge, reconeixement i promoció de ciutat.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Pàgina	1/6	

Són la base d'una estratègia forta que beneficia la capacitat de posicionament intern i potencia la identificació, autoestima i orgull de pertinença.

Estratègia Marca de Ciutat

L'estratègia de Marca de Ciutat a Mataró està dissenyada per donar suport als objectius estratègics de la ciutat i per millorar el desenvolupament empresarial i econòmic, promoure una imatge positiva de la ciutat, millorar la identitat i atraure persones per viure, treballar, invertir i gaudir de Mataró.

Una de les vessants de la marca de ciutat és construir una identitat que sigui reconeguda a nivell intern. S'ha d'inspirar l'orgull dels habitants per fomentar el seu suport, compromís, participació i la cohesió social. També per atraure talent, perquè una ciutat preparada per assolir reptes és un lloc atractiu per treballar o invertir.

Agenda 2030 i els 17 ODS

Les ciutats tenen un paper rellevant, són on les agendes globals condicionen l'acció política local.

La ciutat en els propers anys ha de mantenir un horitzó estratègic clar i alineat amb l'Agenda 2030, sobretot en els ODS que siguin més significatius pel desenvolupament de Mataró. És important l'aterratge d'ODS a la ciutat i quin paper tindrà Mataró per assolir-los, cal explicar-ho com a un punt important per a generar la identitat que pretenem i per aprofundir en l'orgull de pertànyer a un lloc.

A partir d'un procés de reflexió obert a la ciutadania, Mataró disposa d'una estratègia de futur que aposta per un desenvolupament inclusiu, sostenible i intel·ligent. Així neix Mataró Connecta, l'estratègia que s'obra cap a un model de ciutat renovat que uneix persones, valors, identitats i idees.

Un cop definida i construïda la nova marca, Mataró la farà conèixer als diferents agents de la ciutat i a la ciutadania per dotar-la, així, d'una coherència narrativa de conjunt i d'un nou posicionament clar de ciutat.

Objecte del contracte

Contractació d'una empresa per portar a terme una estratègia de comunicació del Servei de Promoció de Ciutat i Comerç amb l'objecte de promocionar el turisme, el comerç i la restauració de Mataró i dirigida als públics objectiu.

Objectius

- Desenvolupar una estratègia de comunicació i promoció que projecti els elements singulars i els atributs diferenciadors de la ciutat de manera consistent, coherent i dirigida als mercats i públics objectiu.
- Posicionar la marca **Mataró connecta** seguint la nova estratègia de Promoció de Ciutat (City Branding Strategy de 2019). Traslladar el concepte Mataró Connecta a totes les campanyes.
- Impulsar la potencialitat de Mataró com a porta d'accés a Barcelona assumint-ne plenament la seva capitalitat de comarca.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF12VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF12VWF4BSTLY	Pàgina	2/6	

- Consolidar un model de ciutat complementari i experiencial, associat a les motivacions de visita: comerç, restauració, platges dia i nit, front marítim i cultura.
- Convertir el turisme, el comerç i la restauració en sectors econòmics que generin riquesa i ocupació per a la ciutat.

Públic objectiu

- General: persones o famílies de qualsevol part del món que fan estades o es desplacen per vacances a altres indrets de l'entorn i que fan sortides d'un dia, o persones de cap de setmana que volen descobrir nous indrets.
- Específic: residents del Maresme, Vallès Oriental i Occidental i Osona. Persones que volen evitar l'estrès dels centres comercials i les presses i que volen gaudir d'un dia de compres que puguin complementar amb restauració, platges.

Descripció de l'encàrrec

Desenvolupament d'un projecte de comunicació per a la promoció de la ciutat. (comerç, restauració, platges dia i nit, front marítim i cultura).

1. Implementació de la marca Mataró Connecta en el projecte, tant conceptualment com gràficament.
2. Desenvolupament creatiu de les campanyes i les adaptacions tan off com on line derivades de la planificació de mitjans i suports proposats.
3. Producció i lliurament d'arts finals i originals segons la planificació prevista per a cada campanya.
4. Manteniment i actualització de la web www.visitmataro.cat, en català, castellà, francès i anglès, les traduccions aniran a càrrec de l'Ajuntament. Elaboració de l'agenda setmanal i del newsletter quinzenal.
Aproximadament 6 h setmanals.
5. Preparació del pla de continguts tant escrits com audiovisuals (capsules de vídeo/ infografies animades) per a les xarxes socials @visitmataro.
Caldrà tenir en compte a la proposta la promoció a les xarxes d'un màxim de 4 campanyes.
Aproximadament 4 h setmanals.
6. E-mail marketing: Elaboració i enviament (benchmark) del newsletter quinzenal adreçat als establiments de comerç, restauració i turisme de la ciutat.
Aproximadament 2 h setmanals.
7. Material gràfic: Disseny i maquetació d'aquest material en diferents formats: 3 flyers/tríptics, 1 desplegable de 6/10 cossos, 2 llibrets din-A5 (8/10 pàgines). No s'inclouen els costos de producció que es faran amb les impremtes proposades per l'Ajuntament.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Pàgina	3/6	

8. Producció i rodatge de 2 vídeos/espots: un de promoció de Mataró i un altre a determinar.
9. Memòria per a cada campanya amb el recull de les diferents accions, impacte, resultats i propostes de millora.

Principals campanyes

- **Comerç i restauració:** Impulsar al comerç i la restauració, la seva qualitat, varietat d'oferta, amabilitat del botiguer, servei personalitzat... Rememorar el dinamisme de la ciutat, la seva vitalitat, la seva identitat, cultura, tradicions, la seva gent, la gastronomia i sobretot l'activitat habitual dels seu comerç i els seus mercats.

Nombre aproximat d'adaptacions: 30

- **PIC:** El Pla d'Impuls del Centre té per objectiu la revitalització del centre de la ciutat, per aconseguir recuperar dinamisme econòmic a través del comerç, la hostaleria, els serveis, i la cultura, un espai de convivència paisatgísticament amable, i que posi en valor un model de vida sostenible i atractiu per a la innovació.

Nombre aproximat d'adaptacions: 15

- **Mercats:**

L'eslògan "Mataró ciutat de mercats" te per objectiu fer difusió dels 9 mercats de Mataró com activitats d'atracció turística al mateix temps mantenir la clientela actual així com atraure a nou públic.

La marca "Collits a casa" es basa en la promoció dels productes conreats en el Maresme per productors que tenen com a canal de distribució els mercats de Mataró. Es una estratègia per a posar en valor el producte de proximitat i els mercats municipals com a format comercial mediterrani, i promoure un model de consum de productes de proximitat que permet mantenir una activitat agrícola al municipi alhora que acosta qualitat i salut al consumidor.

Nombre aproximat d'adaptacions: 30

- **Estiu:**

Campanya que te per objectiu posicionar Mataró com a destinació turística i de proximitat per atraure als públics més propers a partir dels seus punts d'interès (platges, comerç, cultura i front marítim) i donar a conèixer el ventall d'activitats que es poden fer al Port durant tot l'any.

Nombre aproximat d'adaptacions: 40

- **Nadal:**

Les festes de Nadal són moments essencials pel comerç i l'hostaleria, suposen un gran pes econòmic de la seva activitat anual, la campanya ha de contribuir a la dinamització del comerç i la restauració i en generar atractiu per als residents i no residents. Mostrar que per Nadal la ciutat és plena d'al·licients per comprar, divertir-se, menjar i combinar-ho amb les tradicions de sempre: Fira de pessebres, Pastorets, Cavalcada ...

Nombre aproximat d'adaptacions: 40

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF12VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF12VWF4BSTLY	Pàgina	4/6	

- **Setmana de la Natura a Mataró**

Mataró organitza la Setmana de la Natura, una iniciativa que impulsa activitats com la conservació i la descoberta de la natura i el medi ambient amb la voluntat de posicionar Mataró com un referent a nivell de Catalunya. Es pretén posar en valor i donar a conèixer tots aquells actors de la ciutat que dediquen el seu dia a dia a cuidar el medi i que difonen el seu coneixement i les seves problemàtiques com són entitats ambientals, parcs naturals, ajuntament, biblioteques, escoles, empreses etc. També es persegueix que la ciutadania descobreixi els espais naturals, agrícoles, forestals i marítims de Mataró de manera que s'afavoreixi que la gent conegui la natura, hi connecti i la visqui per prendre consciència de la necessitat de tenir-ne cura.

Nombre aproximat d'adaptacions: 25

- **Fira d'atraccions i Fireta de primavera**

La Fira d'Atraccions és una de les fires més esperades pels infants de la ciutat. És una de les més grans de Catalunya. Durant 10 dies el Parc Central no només acull les atraccions sinó també una zona de bars i restaurants, amb una oferta gastronòmica variada, i la Fireta de Primavera, on es podem comprar articles de regal i artesanía. Una oferta gastronòmica, lúdica i d'oci per a tots els públics.

Nombre aproximat d'adaptacions: 15

Total adaptacions previstes: 235

En el present contracte s'inclourà una bossa de 200 hores per a la realització de tasques de disseny i adaptacions de noves campanyes o esdeveniments que puguin sorgir.

Durant l'any 2022 no es realitzaran les campanyes del PIC i de l'estiu ja que l'adjudicació del concurs serà posterior a la posada en marxa de les mateixes.

Pressupost màxim de licitació i partides del pressupost

41.322,31 € iva exclòs; 50.000 € iva inclòs

Partida: 420200 432180 22602

Durada del contracte

La durada del contracte serà d'un any susceptible de pròrroga per un any més.

Característiques del servei

Un mes abans de cada inici de campanya es farà una reunió amb l'esbós presentat inicialment per aquest contracte i on s'estudiarà i aprovarà la millor execució final. En aquesta reunió es proporcionarà la llista d'adaptacions amb mides i característiques i dates d'entrega per a cadascuna d'elles. En cada campanya el servei de Promoció de Ciutat especificarà quins logotips, a més del propi de l'Ajuntament cal incloure i sota quina categoria (patrocini, subvenció, col·laboració..)

Dues setmanes abans es presentarà PDF de la proposta acordada en un sol format que s'aprovarà en màxim dos dies hàbils i a partir d'aquest moment s'entregaran els originals en les dates acordades.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19	
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica			
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)			
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Pàgina	5/6	

Els textos de dates i activitats seran proporcionats pel servei de Promoció de Ciutat i/o de Comunicació. Els textos proporcionats estaran revisats per normalització lingüística i l'adjudicatari es responsabilitza de si fa modificacions o propostes de text noves, siguin sota revisió. Només els textos publicitaris (lemes, titulars, copys...) seran elaborats per l'adjudicatari i haurà de garantir la seva correcció lingüística.

Propietat intel·lectual i drets d'imatge

Per al cas que el resultat del contracte sigui susceptible de generar drets de propietat intel·lectual, la contractista cedeix a l'Ajuntament de Mataró, durant el temps de durada màxima que la legislació reguladora de la propietat intel·lectual atorga als drets d'explotació de les obres, de forma no exclusiva, amb caràcter gratuït i per a l'àmbit territorial mundial, els drets d'explotació que es deriven de l'autoria del resultat del contracte, a partir d'ara l'Obra. En particular, cedeix els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació de l'Obra, en qualsevol mitjà o suport, inclosa la publicació en el repositori institucional de l'Ajuntament de Mataró.

La contractista acredita que és el titular dels drets de propietat intel·lectual en relació amb l'Obra objecte del contracte, que l'Obra és original i que, en el cas d'haver cedit prèviament els drets sobre l'Obra a tercers, ostenta l'oportuna reserva als efectes d'aquesta cessió.

La contractista respon davant l'Ajuntament de Mataró de l'autoria i originalitat de l'Obra i de l'exercici pacífic dels drets d'explotació cedits en virtut d'aquest contracte, garantint que sobre els mateixos no existeixen compromisos o gravàmens de cap tipus que puguin atemptar contra els drets que es cedeixen. L'Ajuntament de Mataró podrà repercutir a la persona autora qualsevol responsabilitat que li pugui ésser exigida en virtut d'accions, reclamacions, multes o conflictes instats per tercers en relació amb els drets d'explotació de l'Obra.

La contractista és l'única responsable de l'obtenció dels drets relatius a les imatges i il·lustracions que puguin aparèixer en l'Obra. En tot cas, s'estableix la total indemnitat de l'Ajuntament de Mataró respecte de les eventuais reclamacions formulades de tercers persones en relació als referits drets.

Els drets de propietat intel·lectual dels continguts que eventualment l'Ajuntament de Mataró posi a disposició de la contractista per a l'execució del contracte així com els drets d'imatge de les persones que apareixen en els esmentats continguts pertanyen en exclusiva, sense limitació temporal ni territorial, a l'Ajuntament de Mataró i la contractista els pot utilitzar exclusivament per a la realització de l'objecte del contracte, no podent, per tant, publicar-los, divulgar-los o posar-los, directament o indirecta, a disposició de tercers, sigui quina sigui la seva utilització o la modalitat jurídica que s'utilitzi.

CSV (Codi de verificació Segura)	IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Data i hora	12/05/2022 14:54:19
Normativa	Aquest document incorpora signatura electrònica reconeguda d'acord amb la llei 59/2003, 19 de desembre, de signatura electrònica		
Signat per	MARTA RUIZ BRUNET (Cap de Servei En Funcions)		
URL de verificació	https://seu.mataro.cat/verifirma/code/IV7DQ7P7H37KZKF2VWF4BSTLY	Pàgina	6/6

