

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE LA SECRETARIA TÈCNICA PER A LA GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ DE LA FUNDACIÓ BARCELONA CAPITAL NÀUTICA DURANT L'ANY 2023

1. Responsabilitats

A continuació es desenvolupen amb més detall cadascun dels àmbits de responsabilitat que haurà d'assumir l'Empresa interessada en donar suport a la FBCN.

1.1 Revisió estratègica i continuada del pla de comunicació de la FCBN

L'Empresa assumirà les següents tasques:

- Definició de l'estratègia de comunicació i la "brand idea" per a crear el Pla de Comunicació.
- Revisió i adaptació dels missatges claus.
- Revisió de *insights* dels diferents targetes i els seus *consumer journeys*.
- Anàlisi continuada de millors pràctiques a nivell nacional o internacional.
- Revisió de canals i finestres més afins i efectives amb els diferents targetes.
- Revisió i adaptació del calendari d'iniciatives.
- Revisió del pressupost de màrqueting i millor model d'inversió per a paid media, esdeveniments o altres iniciatives.

Com a resultat, l'empresa adjudicatària mantindrà actualitzat un document Pla de Comunicació 2023 que contindrà els elements necessaris i imprescindibles per a poder abordar les diferents accions de comunicació de forma consensuada i coordinada.

1.2. Creativitat

L'Empresa assumirà les següents tasques:

- Creació del concepte creatiu per a cada iniciativa de comunicació o campanya (baixada sempre a un suport o canal comunicatiu com a mínim).
- Disseny de les peces màster sobre la base de la identitat de marca (Brand Book) facilitat per la FBCN. Aquestes peces podran ser:
 - Cartelleria per a print o exterior.
 - Peces per a digital (xarxes socials, banners o altres)
- Disseny i maquetació de fullets explicatius per a accions relacionals com a presentacions en esdeveniments.
- S'inclou la conceptualització creativa, copys i disseny d'art.
- Definició, creació i gestió d'un *brand center*.

L'empresa adjudicatària haurà de partir sempre de la identitat visual de la FBCN i disposarà de material visual (fotos i vídeos) facilitats per la FBCN dins de l'àmbit de la seva activitat nàutica esportiva.

1.3. Organització i cobertura d'esdeveniments

L'Empresa assumirà les següents tasques relacionades amb la definició i execució dels esdeveniments de la FBCN.

- Definició conceptual i creativa de l'esdeveniment en funció dels objectius a aconseguir: concepte, títol, mecànica, etc.



- Cobertura de l'esdeveniment.
- Campanya de comunicació de l'esdeveniment.
- Anàlisi i reporting dels resultats
- Secretaria tècnica de l'esdeveniment, des de la pròpia convocatòria fins a l'execució del mateix
- Selecció de l'espai i dels diferents elements que conformin l'esdeveniment.
- Control de costos sobre la base del pressupost assignat.
- Coordinació amb proveïdors i terceres parts (ponents, partners, servei d'àpats, etc..)
- Control dels materials tècnics, escenogràfics i audiovisuals requerits per a l'esdeveniment.
- Convocatòria d'assistents i mitjans de comunicació.
- Control d'assistència

Algunes consideracions d'interès:

- Es preveu un número aproximat de 8 esdeveniments al llarg del 2023, que es realitzaran dins de la geografia catalana.
- Els costos de producció de l'esdeveniment no són part de la present licitació i s'establiran conjuntament amb la FBCN durant la revisió del pla de comunicació i abans de cada esdeveniment així com les tasques pròpies de producció i execució:

1.4. Gestió de xarxes socials

Suport a la persona de l'equip de la FBCN encarregada de les xarxes socials en la calendarització i desenvolupament del pla editorial, la conceptualització del *storytelling* i la direcció d'art del pla de continguts de la FBCN per a la seva aplicació en els canals digitals. Inclou: Conceptes, idees i argumentaris de direcció creativa:

Les xarxes socials de la FBCN són LinkedIn, Twitter, Instagram i Facebook. No obstant això el licitador pot proposar l'obertura de canals addicionals si es demostra que aportin valor a la comunicació de la FBCN.

Tasques:

Comunicació orgànica (Always on)

- Revisió estratègica de la comunicació en les diferents xarxes socials: revisió de canals, comptes, missatges, formats i moments de comunicació.
- Planificació de publicacions.
- Anàlisi SEO en Xarxes socials: paraules clau, etc...
- Proposta de peces creatives que acompanyen cada publicació, tant gràfiques com de vídeo.
- Escolta activa
- Anàlisi i reporting de resultats i proposta i implementació d'accions de millora.

Comunicació pagada (Social Ads)

- Definició de les campanyes de paid media en aquelles xarxes socials més efectives.
- Segmentació de la campanya i execució d'aquesta.
- Monitoratge de resultats i reporting d'aquests.

Altres consideracions d'interès:

- La FBCN facilitarà el material associat a esdeveniments esportius.
- La inversió de la campanya paid serà facilitada per FBCN en funció del que proposi el licitador i el pressupost disponible per cada acció.

1.5. Gestió de prescriptors, influencers o acords amb tercers

L'Empresa assumirà les següents tasques:

- Anàlisi i selecció dels millors prescriptors o ambaixadors del missatge de la FBCN
- Contacte, negociació i coordinació sobre la base del marc pressupostari prèviament establert.
- Pla d'activacions.
- Anàlisi de resultats i reporting.

1.6. Relacions Públiques i Gabinet de Premsa

L'Empresa assumirà les següents tasques:

- Pla anual de gestió de la comunicació amb públics professionals i mitjans de comunicació sobre la base del pla general de comunicació i els objectius associats. Aquest pla ha d'incloure un Pla d'engagement de Ports i Clubs nàutics de Catalunya, vinculat amb l'activitat de la FBCN, d'una banda, i també amb la celebració de la Copa Amèrica, per l'altra.
- Elaboració i actualització contínua del dossier de comunicació de la FBCN per als diferents stakeholders:
 - Mitjans de comunicació tant regionals, com a nacionals i internacionals.
 - Patrons públics privats
 - Empreses partner
 - Altres
- Elaboració de les diferents convocatòries i notes de premsa associades a cada iniciativa, esdeveniment o activació.
- Clipping de premsa i anàlisi de resultats.
- Redacció maquetació de la memòria de 2023.

Algunes consideracions importants:

- Es preveu un número aproximat de 8 esdeveniments en 2023, que es realitzaran dins de la geografia catalana.
- La inversió per activar el seguiment de clipping de premsa i anàlisi de resultats serà facilitada per la FBCN
- Addicionalment cal considerar les iniciatives que són susceptibles de comunicar i que hauran de ser recollides en el pla de comunicació.
- De la mateixa manera, hi haurà moments de comunicació no liderats per la FBCN on es poden necessitar una elaboració conjunta de la nota de premsa.

2. L'equip humà

L'empresa adjudicatària haurà de garantir en tot moment l'equip humà necessari per dur a terme les tasques descrites en aquest plec tècnic.

Aquest personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites. L'empresa designarà un interlocutor que es coordini amb els responsables de comunicació de la FBCN durant la prestació d'aquest servei.

A continuació s'identifiquen i es descriuen els perfils mínims a proporcionar per l'adjudicatari:

Perfil	Principals funcions
<p>Director/a de Projecte</p>	<p>Màxim responsable de dur el contracte a bon port. Per tant serà responsable de la gestió del projecte en les condicions descrites en aquest plec.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 7 anys en l'àmbit de la comunicació, amb llicenciatura en periodisme, màrqueting o comunicació, i amb experiència demostrada en l'àmbit de l'esport nàutic de més de tres anys.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Controlar i gestionar els recursos del projecte. ● Realitzar i actualitzar en cada fase o iteració pla de treball si s'escau. ● Gestionar accions correctives a les incidències. ● Gestionar els canvis. ● Màxim interlocutor de l'equip revisa, amb la direcció del projecte per part de la FBCN, el correcte avenç de les activitats previstes, l'adequació dels recursos humans i gestiona riscos, desviacions, peticions fora de l'abast inicial, etc. ● Participació a les reunions de coordinació del projecte. ● Disseny, confecció, consultoria, execució i seguiment de l'estratègia del projecte.
<p>Cap del projecte</p>	<p>Responsable operatiu del projecte. Serà el responsable de la gestió diària del projecte, per tant, de la implementació de les accions de comunicació y coordinació entre tots els departaments</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 7 anys en l'àmbit de la comunicació, amb estudis superiors en MK, comunicació o relacions públiques dins de l'àmbit esportiu, i amb experiència demostrada en l'àmbit de l'esport nàutic i la sostenibilitat de més de dos anys.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Interlocució directa amb cadascun dels agents implicats en el projecte. ● Monitorar mitjançant el pla de treball la seva correcta evolució. ● Proposar els continguts i cronograma de treball més adequats segons la proposta del projecte. ● Participació a les reunions de coordinació del projecte. ● Coordinar les relacions amb totes les persones i entitat implicades pel que fa a la generació i difusió de continguts del projecte. ● Aportar coneixement i expertesa entorn els diferents continguts i actors relacionats que s'impliquin en el projecte. ● Qualsevol altra acció o activitat que tingui a veure en el contingut a tractar, difondre o generar en el marc del projecte. ● Actualització dels indicadors i informes.

<p>Planner estratègic</p>	<p>Responsable de supervisar i garantir que el pla estratègic compleixi amb els objectius de comunicació marcats per la FBCN.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys en l'àmbit de la comunicació, amb llicenciatura en ADE, Periodisme, Màrqueting o Publicitat i Relacions Públiques i amb experiència demostrada en l'àmbit de l'esport nàutic de més de tres anys.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propostes estratègiques i d'activació de la comunicació i el màrqueting dirigides a públics concrets. • Generació d'idees i planificació d'accions per a onades de comunicació periòdiques.
<p>Director Creatiu</p>	<p>Responsable creatiu del projecte.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys liderant equips creatius, amb llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques i estudis superiors en Grau en disseny i Gràfica Publicitària.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definició creativa del projecte • Màxim responsable de les peces creatives resultants. • Definició de formats on y off.
<p>Director d'art</p>	<p>Responsable de la creativitat gràfica del projecte i la seva implementació en les diferents, activacions, peces i canals.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys en direcció d'art, amb estudis superiors en Disseny gràfic i comunicació publicitària, i experiència demostrada.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definició i disseny de les peces creatives master del projecte. • Disseny creatiu de les Xarxes Socials • Generació dels AF necessaris per les peces de comunicació requerides.
<p>Copywriter</p>	<p>Responsable de la redacció de les diferents peces creatives y adaptació dels missatges segons el canal de comunicació.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys en la redacció publicitària, amb estudis superiors en MK, comunicació i relacions públiques i, amb domini del català, castellà i anglès.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción de mensajes en piezas on y off • desarrollo de conceptos creativos.



Responsable de Relacions Públiques	<p>Responsable de la comunicació i relació amb mitjans.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys en comunicació i relacions públiques dins de l'àmbit esportiu i vinculada a la nàutica de més de 3 anys. Que tingui estudis superiors en periodisme, comunicació o marketing.</p> <p>Les seves principals tasques són:</p> <ul style="list-style-type: none">• Definició del Pla de Comunicació• Responsable de gestionar i organitzar entrevistes• Redacció, enviament i seguiment de les notes de premsa, convocatòria i seguiment.• Actualització dels indicadors i informes corresponents
Social media strategist	<p>Responsable del Pla Digital y estrategia de continguts.</p> <p>Es requereix una experiència mínima de 3 anys en gestió estratègica de canals digitals amb estudis superiors en MK, comunicació o relacions públiques, i amb experiència demostrada en l'àmbit de l'esport nàutic i la sostenibilitat de més de dos anys, amb domini del català, castellà i anglès.</p> <ul style="list-style-type: none">• Estrategia digital adapta a cada canal• Accions especials per tal d'involucrar a la comunitat de la FBCN.• Creació de continguts per alimentar als diferents canals.• Pla d'influencers / Brand Ambassadors• Coordinació amb el CM de la FBCN• Revisió d'informes mensuals i actualització del indicadors pertinents

3. Criteris d'adjudicació avaluable mitjançant judici de valor, 40 punts

La valoració d'aquests criteris es farà mitjançant la presentació d'una proposta tècnica amb el següent contingut i que se valorarà en funció dels següents paràmetres:

a. Proposta de la secretaria tècnica per a la gestió integral de la comunicació de la Fundació Barcelona capital Nàutica durant l'any 2023.

Se sol·licita, en una presentació de no més de 10 pàgines, la proposta de prestació dels serveis de l'empresa licitadora per complir amb els objectius i l'abast del plec. Aquesta proposta ha d'incloure com a mínim:

- Reflexió estratègica del servei sobre la base dels objectius de FBCN
- Metodologia a aplicar per al compliment dels objectius
- Model de relació amb FBCN
- Eines d'anàlisi, monitorització i reporting

b. Exercici creatiu.

Se sol·licita a les empreses participants un exercici creatiu que respongui al següent brief:

Creació d'una campanya de notorietat que presenti a la FBCN a Catalunya. Es busca una campanya que, amb un pressupost reduït i, un missatge clar i memorable, vusqui impactar en els seus agents claus.

La campanya tindrà una durada d'un mes en territori català.

S'haurà de crear un concepte creatiu per a la campanya que sigui fàcilment aplicable en totes les peces de comunicació i els canals que s'escullin que poden ser off i on. El concepte i la seva aplicació gràfica, hauran de respectar el brand manual de la FBCN

Es demana que dins de l'exercici, de no més de 20 pàgines, estiguin inclosos els següents apartats:

- Reflexió estratègica.
- Concepte creatiu i la seva aplicació en els canals on i off.
- Estratègia de difusió.
- Temps de resposta dels encàrrecs creatius.

Es valorarà que la proposta compleixi:

- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN
- Originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals on i off.

c. Altres campanyes en àmbit similar al del plec (comunicació de marca) realitzada per l'empresa adjudicatària en els dos últims anys, fins a 15 punts

Es sol·licita a l'empresa concursant que presenti altres campanyes realitzades per ella mateixa en els últims dos anys l'àmbit de la comunicació i notorietat de marca en el sector nàutic o de l'economia blava.

De cadascuna de les campanyes presentades, màxim tres, cal explicar de manera breu, concisa i clara quins eren els seus objectius, l'estratègia/concepte, treballs realitzats pel concursant i resultats.

Aquest exercici ha d'incloure com a mínim:

- Informació de la campanya: objectius, estratègia i concepte.
- Els treballs realitzats per l'empresa adjudicatària
- Els resultats obtinguts.
- Una carta signada pel responsable del sol·licitant del projecte.

Es valorarà que la proposta compleixi:

- La similitud de les campanyes presentades amb lo sol·licitat en el present plec, en termes d'àmbit i sector.
- La claredat en l'exposició dels casos.

Aquest criteris anteriors es valoraran de la següent manera.

CRITERIS DE JUDICIS DE VALOR	Puntuació Màxima
a. Proposta de la secretaria tècnica per a la gestió integral de la comunicació de la fundació barcelona capital nàutica durant l'any 2023.	15
b. Exercici creatiu de creació d'una campanya de notorietat que presenti a la FBCN a Catalunya.	10
c. Altres campanyes de marca d'àmbit similar al del plec realitzada per l'empresa adjudicatària en els dos últims anys.	15

Total criteris judici de valor	40
---------------------------------------	-----------

a. Proposta de la secretaria tècnica per a la gestió integral de la comunicació de la Fundació Barcelona capital Nàutica durant l'any 2023, fins a 15 punts.

Es valorarà de la següent manera:

Concepte	Insuficient	Bé	Excel·lent
a.1. Grau de descripció de la proposta i claredat en el seu plantejament metodològic.	0	3	5
a.2. Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN	0	5	10

Es considerarà com a INSUFICIENT una proposta que:

- Grau de descripció de la proposta i claredat en el seu plantejament metodològic: no presenti cap documentació, o que la documentació presentada no porti els elements que s'han de valorar, o bé la proposta no s'entengui o manquin explicacions fonamentals per a la seva comprensió i posterior execució, o bé que no s'adequa o cobreixi els requeriments específics de la FBCN.
- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: No tingui cap mena de relació o vinculació amb els objectius del projecte.

Es considerarà com a BÉ una proposta que:

- Grau de descripció de la proposta i claredat en el seu plantejament metodològic: Que la proposta no inclogui suficient informació per a entendre la proposta, o que aquesta no aplicació als objectius de la mateixa i sigui insuficient.
- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: Que la proposta no s'ajusti als objectius estratègics de FBCN o s'ajusti només de manera parcial.

Es considerarà com a EXCEL·LENT una proposta que:

- Grau de descripció de la proposta i claredat en el seu plantejament metodològic: Que la proposta inclogui informació suficient per a entendre el plantejament, o que aquesta apliqui perfectament als objectius de la mateixa i sigui insuficient.
- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: Que la proposta s'ajusti perfectament als objectius estratègics de FBCN.

b. Exercici creatiu de creació d'una campanya de notorietat que presenti a la FBCN a Catalunya, fins a 10 punts.

Es valorarà de la següent manera:

Concepte	Insuficient	Bé	Excel·lent
b.1. Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN	0	3	5
b.2. Originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals on i off.	0	3	5

Es considerarà com a INSUFICIENT una proposta que:

- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: Que l'estratègia no s'entengui o no compleixi amb els objectius marcats per FBCN.
- Originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals on i off. Estratègia poc clara o molt deficient. Nul·la originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals triats.

Es considerarà com a BÉ una proposta que:

- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: Que l'estratègia sigui suficient i compleixi parcialment amb els objectius marcats per FBCN
- Originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals on i off: Estratègia insuficient. Falta d'originalitat en el concepte creatiu, poca innovació en l'aplicació de la campanya en els canals triats.

Es considerarà com a EXCEL·LENT una proposta que:

- Adequació estratègica als objectius plantejats en el brief i als objectius propis de la FBCN: Que l'estratègia s'expliqui amb claredat i compleixi àmpliament amb els objectius marcats per FBCN.
- Originalitat en el concepte creatiu i en la seva aplicació en els canals on i off: Estratègia adequada per a complir els objectius, i amb una presentació clara. Originalitat del concepte i de la seva aplicació en els canals triats, sent les iniciatives presentades innovadores.

c. Altres campanyes en àmbit similar al del plec (comunicació de marca) realitzada per l'empresa adjudicatària en els dos últims anys, fins a 15 punts

Es valorarà de la següent manera:

Concepte	Insuficient	Bé	Excel·lent
c.1. Originalitat en el concepte creatiu, l'execució de la idea i similitud de les campanyes presentades amb lo sol·licitat en el present plec, en termes d'àmbit i sector.	0	5	10
c.2. La claredat en l'exposició dels casos.	0	2	5

Es considerarà com a INSUFICIENT una proposta que:

- La similitud de les campanyes presentades amb lo sol·licitat en el present plec, en termes d'àmbit i sector: Els casos presentats no tenen cap similitud amb l'àmbit d'actuació, l'esport, la nàutica o l'economia blava.
- La claredat en l'exposició dels casos: No es disposa d'informació suficient per a entendre els objectius, l'abast o els resultats obtinguts.

Es considerarà com a BÉ una proposta que:

- La similitud de les campanyes presentades amb lo sol·licitat en el present plec, en termes d'àmbit i sector: Els casos presentats mostren alguna similitud amb l'àmbit d'actuació, estan relacionats amb l'esport però no estan relacionats amb l'esport nautic, o bé, són d'àmbit econòmic, però no d'economia blava.
- La claredat en l'exposició dels casos. Es disposa d'informació parcial per a entendre els objectius, l'abast o els resultats obtinguts.

Es considerarà com a EXCEL·LENT una proposta que:



- La similitud de les campanyes presentades amb lo sol·licitat en el present plec, en termes d'àmbit i sector: Els casos presentats mostren una gran similitud amb l'àmbit d'actuació, i són d'esport nàutic, o bé d'economia blava.
- La claredat en l'exposició dels casos: La informació presentada permet entendre clarament els objectius, l'abast o els resultats obtinguts en cadascun dels casos.

Coloma Serra

Responsable del contracte

Barcelona, 16 de Desembre de 2022