

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS :

ESPECIFICACIONES PARA LA DEFINICION E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION PROYECTO DE CAPAS-CITE

INDICE

1.- Contexto.

- 1.1 Presentación de los socios y del cliente.
- 1.2 Presentación del programa CAPAS-Ciudad
 - 1.2.1 Descripción general.
 - 1.2.2 Las acciones

2.- Objeto del contrato.

3.- Contenido del contrato.

- 3.1. Organización del contrato.
- 3.2 Públicos identificados
- 3.3 Pedido en firme : Elaboración de un plan de comunicación
 - 3.3.1 Definición de la estrategia de comunicación y traducción del plan de comunicación.
 - 3.3.2 Definición de un precio estimativo.
 - 3.3.3 Creación de una identidad visuelle
 - 3.3.4 Creación de una página web
- 3.4 Pedidos condicionales (P.C):
 - P.C. 1 : Ejecución del plan de comunicación 1^{er} año.
 - P.C. 2 : Ejecución del plan de comunicación 2^{or} año.
 - P.C. 3 : Ejecución del plan de comunicación 3^{er} año.

4.- Elaboración de informes del programa.

- 4.1 Animación y dirección.
- 4.2 Restitución de la misión.
 - 4.2.1 Pedido en firme
 - 4.2.3 Pedidos condicionales.
- 4.3 Duración del plan de comunicación.

1.CONTEXTO

1.1 Presentación de los socios y del cliente.

El Centro Pirenaico para la Atención y la Promoción de la Actividad Física y Salud. Cuyo acrónimo es CAPAS-Ciudad, es un proyecto financiado por un programa europeo de cooperación territorial (POCTEFA) implicando a los cuatro socios siguientes : Las ciudades de Huesca y Tarbes, la universidad de Zaragoza y la universidad de Pau y los países de l'Adour (UPPA). Este proyecto es coordinado por la ciudad de Tarbes, Jefe de Fila. Cada uno de los participantes se encarga de unas tareas y como tal, el ayuntamiento de Huesca se encarga del plan de comunicación. Por eso se pone en marcha esta licitación para elaborar el Plan de Comunicación.

1.2. Presentación de CAPAS-Ciudad.

1.2.1 Descripción General.

El proyecto tiene como objetivo prioritario mejorar la salud de los ciudadanos desfavorecidos y en especial los ciudadanos vulnerables específicamente (obesos) jóvenes (público escolar) a través de la actividad física. Para lograr esto, el proyecto va a crear una nueva infraestructura de salud transfronteriza dotada de dos antenas en Tarbes y Huesca : El Centro Pirenaico para la atención y la promoción de la Actividad Física y la Salud. (CAPAS-Ciudad) , cuya utilización y gestión será compartida por el conjunto de socios y estará abierta a otros actores clave de estos campos.

Para asegurar su visibilidad y su utilización por las poblaciones diana, el proyecto va a desarrollar y experimentar directamente programas de mejora de la salud a través de la Actividad física mediante trabajos de investigación reconocidos científicamente, acciones de promoción específicas especialmente para luchar contra el sedentarismo, y una comunicación adaptada que permita asegurar una correcta utilización del centro, identificar las personas que necesitan una atención mas personal, movilizar los agentes indispensables (Familias, profesores, educadores, medicos) con el fin de maximizar el impacto sobre la salud de las personas atendidas.

La colaboración entre las dos universidades que aportan su visión científica y las dos ciudades preocupadas por las cuestiones sanitarias y sociales de su población va a permitir desarrollar una forma de trabajo innovadora, transfronteriza y adaptada a dos ciudades medias.

Para el seguimiento y coordinación del proyecto, se contratará un jefe de proyecto por el jefe de filas, estará acompañado de dos estructuras para este programa:

- Un comité de seguimiento a cargo de la dirección del proyecto.
- Un comité de pilotaje a cargo de preparar y seguir el plan de trabajo técnico del programa.

1.2.2 Acciones principales del proyecto.

- Creación de un centro transfronterizo para la promoción de la Actividad física y la salud : Antena de Tarbes especializada en la perspectiva fisiológica y la de Huesca especializada en la perspectiva psicológica.
- Acciones de sensibilización a través de los jóvenes escolarizados y sus padres.
- Promoción y sensibilización de la salud a través de la Actividad física en la infancia y la adolescencia. (Objetivo a alcanzar en tres años : 11.500 jóvenes)
 - Medio escolar (primaria y secundaria)

- Medio extraescolar (Acción de promoción de los caminos escolares)
- Validación de programas de intervención para la promoción de la actividad física en poblaciones vulnerables y desfavorecidas (Objetivo a alcanzar en tres años : 1.000)
 - Validación del programa específico (Definición- Elección de cohortes- Test – Seguimiento)
 - Validación del método (Puesta en marcha del consejo específico – Capitalización – Análisis de las condiciones de transferibilidad del programa)
 - Desarrollo de un programa pedagógico.
 - Aplicaciones de los resultados de CAPAS- Ciudad
- Jornadas de formación y seminarios para los profesores, personal sanitario y servicios sociales (Objetivo a alcanzar en tres años : 600 personas)

2. OBJETO DEL CONTRATO

CAPAS Ciudad, es un proyecto innovador tanto por su modo de dirección como por su dimensión en cuanto a la movilización del público diana de orígenes diversos así como por su metodología.

El comité de seguimiento que dirige el proyecto CAPAS – Ciudad se fija como objetivo principal :

- Identificar correctamente este programa sobre los dos territorios y mas allá para hacer un escaparate de acciones realizadas en el campo de la Actividad Física y la Salud.
- Desarrollar una comunicación y una imagen compartida que permita su apropiación por el conjunto de los socios y actores implicados.

Los objetivos en términos de comunicación son los siguientes :

- Hacer el proyecto visible por la sociedad, y en particular por el público desfavorecido y los escolares.
- Asegurar la promoción de las acciones y valorizar los cuatro socios.
- Alcanzar las categorías de públicos específicas : Deportistas, profesionales de la salud, investigadores, universitarios, agentes de la política de la ciudad.
- Mostrar las características innovadoras del proyecto.
- Presentar los proyectos en los dos territorios y mas allá.
- Permitir un seguimiento regular del avance del proyecto e informar al público y profesionales concernientes.
- Destacar la financiación europea del proyecto.

3. CONTENIDO DEL CONTRATO.

3.1. Organización del contrato.

El prestatario, tendrá como misión elaborar y realizar un plan de comunicación en el marco de CAPAS – Ciudad.

El plan de comunicación tendrá que tener en cuenta los avances del proyecto. De hecho, el primer año, estará especialmente dedicado a dar a conocer el proyecto y sensibilizar al público diana, mientras que los años siguientes estarán generalmente caracterizados por la valorización de las acciones realizadas en el marco de CAPAS – Ciudad.

El contrato esta constituido por un compromiso cerrado y de tres condicionados.

El compromiso cerrado corresponde a la definición de la estrategia de comunicación y a su retranscripción en el plan de comunicación así como a la creación de una identidad visual.

Los compromisos condicionados constituyen la aplicación cada año de este plan de comunicación.

La duración del compromiso cerrado es de máximo cinco meses a partir de la notificación de la concesión.

3.2. Publicos identificados.

Las diferentes categorías de público son :

- Los socios institucionales.
- Los representantes políticos.
- Los futuros usuarios del centro : personas desfavorecidas vulnerables.
- Los escolares.
- Los adolescentes en situación de obesidad.
- Público en general.
-

3.3. Condición cerrada : Elaboración del plan de comunicación.

3.3.1 Definición de la estrategia de comunicación y traducción del plan de comunicación.

El plan de comunicación será definido para tres años. Será precisado y reajustado cada año en función de los resultados y del avance de las necesidades.

Será elaborado en francés y español y deberá obligatoriamente respetar el reglamento de comunicación POCTEFA (ver guía de utilización en anexos)

Esta misión consiste en :

- Elegir los ejes estratégicos de comunicación en función del público diana.
- Concevir un método e instrumentos que permitan establecer una comunicación eficaz para los diferentes públicos.
- Proponer una programación y precisar los medios financieros y humanos a utilizar para las operaciones.
- Definir los indicadores de seguimiento y evaluación a poner en marcha. (Ver Dossier de candidatura POCTEFA Anexo)

De igual manera el plan de comunicación debe permitir :

- Dar coherencia a las diferentes acciones de comunicación comprendidas en el marco de CAPAS Ciudad.
- Hacer conocer y legitimar el proyecto.
- Apropiación del proyecto por los diferentes públicos.
- Mediatizar las acciones.
- Favorecer la influencia y difusión del proyecto mas allá de los territorios implicados.
- Medir el impacto de las acciones de comunicación.
- Acompañar a los cuatro socios en la puesta en marcha de la estrategia.

Las prestaciones siguientes deberán estar como mínimo estar integradas en el plan de comunicación :

- 1) Crear una identidad visual que comprenda un logo y otros elementos gráficos plasmables sobre todo tipo de soportes y reutilizable por los socios y definidos en relación a una imagen gráfica.
- 2) Crear una página web.
- 3) Gestionar las relaciones con la prensa : Conferencias de prensa, prensas locales.
- 4) Realizar y/o participar en los eventos : Seminarios, conferencias, inauguración de trabajos...

A modo de ejemplo los soportes podrían ser :

- Cartas de información (Anuales, semestrales,..)
- Cartas de información electrónica u otro instrumento digital (Redes sociales, ...)
- Artículos en boletines internos.
- Carteles.
- Folletos.
- Artículos de prensa, informes, ...

Los diferentes instrumentos deben estar adaptados al público al que se dirige : El público esta constituido a un espectro muy amplio (todos los públicos, todas las generaciones, todas las categorías sociales)

Los mensajes deberán ser de fácil traducción, cortos y precisos.

Mas allá de estas prestaciones el titular del contrato, podrá proponer otros ejes de comunicación. Las acciones propuestas serán planificadas en el tiempo.

3.3.2. Definición estimativa del precio.

Una estimación del precio precisa deberá ser integrada en el plan de comunicación. De hecho, cada una de las prestaciones propuestas deberá estar cuantificada y detallada.

Su coste deberá integrar el conjunto de los costes generados por su puesta en marcha.

Según el caso, los costes de prestación deberán especialmente tener en cuenta los siguientes elementos :

- Para la creación de la identidad visual. (Logo mas otros elementos gráficos mas carta gráfica).
 - o Recogida y tratamiento de información especialmente de los socios y agentes implicados en el proyecto.
 - o Traducción gráfica de los objetivos y acciones de CAPAS Ciudad en relación con el mensaje a transmitir.
 - o Investigación y concepción.
 - o Proposición y presentación de tres maquetas.
 - o Creación y validación de la identidad visual final.
 - o Redacción de la carta gráfica.
 - o Almacenaje de los ficheros originales en puertos USB, bajo diferentes formatos informáticos : PDF, EPS, JPG

- Para los materiales impresos (Carteles, folletos, cartas informativas, tarjetas, ...) :
 - o Investigación, recogida y tratamiento de la información especialmente a través de los socios y agentes implicados en el proyecto.
 - o Redacción del contenido sobre la base de las informaciones transmitidas por los socios o de los textos preredactados.
 - o Proposición gráfica que respete la carta gráfica previamente definida.
 - o Actualización.
 - o Seguimiento de fabricación, impresión y difusión.
 - o Almacenaje de los ficheros originales en puertos USB, bajo diferentes formatos informáticos : PDF, EPS, JPG

- Para la creación de sitios web o de las páginas de internet :
 - o Investigación, recogida y tratamiento de la información especialmente a través de los socios y agentes implicados en el proyecto.
 - o Redacción del contenido sobre la base de las informaciones transmitidas por los socios o de los textos preredactados.
 - o Proposición gráfica que respete la carta gráfica previamente definida.
 - o Actualización.
 - o Integración del contenido.
 - o Contenido de las páginas modificable directamente por el jefe del contrato. (Cuenta de administrador)
 - o Almacenaje de los ficheros originales en puertos USB, bajo diferentes formatos informáticos : PDF, EPS, JPG

- Para la relación con la prensa :
 - o Toma de contacto con los medios y búsqueda de los medios específicas (Periodicos municipales, prensa local...)
 - o Identificar las personas y sus recursos.
 - o Investigación, recogida y tratamiento de la información especialmente a través de los socios y agentes implicados en el proyecto.
 - o Redacción del contenido sobre la base de las informaciones transmitidas por los socios o de los textos preredactados.
 - o Integración en los soportes elegidos y/o inserción publicitaria si es necesario.
 - o Seguimiento de la difusión de los artículos, la emisión de los mensajes de radio o televisión.
 - o Revisión de prensa.

- Para la organización de los eventos (Seminarios, conferencias, inauguraciones).
 - o Investigación, recogida y tratamiento de la información especialmente a través de los socios y agentes implicados en el proyecto.
 - o Gestión de eventos (promoción, invitación, acogida, logística, animación,)

Es preciso que el coste de las reuniones de trabajo o de las presentaciones de las proposiciones esté integrado en cada prestación.

3.3.3. Creación de la identidad visual.

La identidad visual debe decir quién dirige o tiene el proyecto y cuál es el proyecto. De igual manera serán mostradas: La cooperación entre dos territorios transfronterizos (Francia y España), la salud, la actividad física, la energía, la modernidad, la innovación, el progreso. Los colores y la modernidad del trazo serán esenciales. Las imágenes y las diapositivas son también herramientas preciosas para simplificar la barrera de los idiomas.

La identidad visual debe absolutamente tener en cuenta e integrar las reglas de comunicación europeas, y en particular las concernientes a POCTEFA.

La definición de la identidad visual (Logo y otros elementos gráficos) y la puesta en marcha de una carta gráfica son una etapa previa, fundamental para valorizar CAPAS Ciudad y elaborar documentos de comunicación e información reconocibles a primera vista.

Su objetivo es dar a conocer y reconocer el proyecto y valorizar las acciones puestas en marcha en el marco de CAPAS Ciudad.

Se recuerda al prestatario que se trata de un programa transfronterizo y que el conjunto de la comunicación será en Francés y en Español.

Esta prestación se realizará en dos etapas:

- Traducción gráfica del proyecto y definición de las características de la identidad visual a crear.
- Creación de la identidad visual y de la carta gráfica en función de las características previamente definidas.

Diferentes declinaciones o variantes serán creadas con el fin de que esta identidad visual se pueda plasmar sobre todo tipo de soportes (institucionales, eventos, papel, web...) y reutilizable por los socios.

Con el fin de formalizar la utilización de diferentes elementos de identidad visual, una carta gráfica será elaborada y presentará los elementos siguientes:

- Las reglas de utilización del logo
- Las reglas tipográficas y colorimétricas
- Las reglas de puesta en el espacio

3.3.4 Creación de la interfaz de Internet

- Proponer y construir una interfaz internet: Sitio web exclusivo que respete los objetivos previamente definidos y que integre un link que reenvíe a POCTEFA y los sitios web de los cuatro socios. Esta página estará en francés y en español. Deberá ser evolutiva y deberá poder ser administrada por CAPAS ciudad. (Actualizaciones, conexiones...)

El aspecto deberá ser amigable, atractivo y pedagógico: Hay que transmitir ilusión a la población.

- Poner en línea los primeros productos en relación a los contenidos de las acciones de CAPAS Ciudad después de la puesta en página gráfica. El grafismo del sitio internet debe de ser pensado en función de su puesta en línea sobre la web.

El diseño debe de ser reflexionado en términos de ergonomía de navegación, de facilitar la lectura y de accesibilidad con los diferentes navegadores existentes.

El sitio tendrá en cuenta la discapacidad visual.

El espacio web deberá ser estructurado correctamente con el fin de ofrecer una información de calidad.

Los objetivos de este espacio serán los siguientes :

- Aportar herramientas de comunicación que permitan informar y sensibilizar al público de los beneficios para la salud para practicar actividad física.
- Dar consejos simples, prácticos y aplicables.
- Intercambios sobre estas prácticas.
- Dar a conocer todas las acciones de los socios incluyendo los eventos.

El prestatario deberá dar una importancia particular a la navegación y a la legibilidad del sitio web. (Referenciación)

El espacio Web debe ser compatible con los principales navegadores cualquiera que sea el sistema de explotación. La actualización de los contenidos y de la arbolescencia debe imperativamente estar asegurada por personas que tengan conocimientos en ofimática. Deberán ser realizadas a través de una interface simple y intuitiva. Para ello se propondrá una formación del personal.

3.4. Compromisos condicionales.

C.C 1- Puesta en marcha del plan de comunicación : Año 1

Las acciones elegidas por el jefe del proyecto en relación con el comite de seguimiento y de control, instancias de seguimiento y dirección del programa, entre las acciones propuestas en el plan de comunicación para el año 1 serán puestas en marcha según la planifiacción prevista en el plan de comunicación.

Las prestaciones elegidas deberán ser realizadas durante el año. Por otra parte, las prestaciones no ejecutadas no serán facturadas. Los precios propuesto en el detalle estimativo del plan de comunicación podrán, si hace falta, ser ajustados.

C.C 2- Puesta en marcha del plan de comunicación : Año 2

Las acciones elegidas por el jefe del proyecto en relación con el comite de seguimiento y de control, instancias de seguimiento y dirección del programa, entre las acciones propuestas en el plan de comunicación para el año 2 serán puestas en marcha según la planifiacción prevista en el plan de comunicación.

Las prestaciones elegidas deberán ser realizadas durante el año. Por otra parte, las prestaciones no ejecutadas no serán facturadas. Los precios propuesto en el detalle estimativo del plan de comunicación podrán, si hace falta, ser ajustados.

C.C 3- Puesta en marcha del plan de comunicación : Año 3

Las acciones elegidas por el jefe del proyecto en relación con el comite de seguimiento y de control, instancias de seguimiento y dirección del programa, entre las acciones propuestas en el plan de comunicación para el año 3 serán puestas en marcha según la planifiacción prevista en el plan de comunicación.

Las prestaciones elegidas deberán ser realizadas durante el año. Por otra parte, las prestaciones no ejecutadas no serán facturadas. Los precios propuestos en el detalle estimativo del plan de comunicación podrán, si hace falta, ser ajustados.

4 DESARROLLO Y RENDICION DE CUENTAS DEL CONTRATO.

4.1. Animación y dirección.

El ayuntamiento de Huesca encargado del contrato será el interlocutor principal del prestatario además, el comité de dirección de CAPAS Ciudad que será la instancia de validación participará en todas las elecciones de estrategias de comunicación.

La relectura y validación del contenido (Texto, imágenes...) de los diferentes soportes de comunicación se realizarán por el ayto de Huesca y el jefe de filiales, el ayto de Tarbes.

La condición cerrada comportará la participación en las reuniones del jefe del contrato y del comité de pilotaje o dirección : Presentación de los ejes estratégicos de comunicación, de la metodología y de las herramientas propuestas.

Las condiciones condicionales, implicarán la participación en las reuniones con el jefe del contrato y el comité de dirección. Los costes de las reuniones (en Francia y en España) se integrarán en las diferentes condiciones del contrato.

Tendrán lugar intercambios con el jefe del contrato y el jefe de filiales por correo electrónico a lo largo de la ejecución de la prestación.

4.2. Rendición de cuentas.

1.2.1 Para la condición cerrada.

- Un documento que presenta el plan de comunicación detallado entregado en cuatro ejemplares formato papel y formato PDF.
- Un documento que presenta la carta gráfica en 4 ejemplares papel y otro reproducible en formato PDF
- Todos los elementos de la identidad visual : logo.... Proporcionados en formato original (Illustrator, Indesign, Photoshop) EPS, JPG y/o PDF y HB
- Revisión de prensa y otros medios.
- Informe sobre el impacto de comunicación de CAPAS ciudad. (Medios comprendidos)

1.2.2 Para las condiciones condicionales.

- Un documento a crear cada año.
- Todos los elementos que se creen durante la prestación.

Todos los estudios y herramientas realizadas (Logo, Carta gráfica....) en el marco de la presente prestación serán propiedad exclusiva del jefe del contrato.

4.3. Duración de la misión del contrato :

El contrato tiene una duración de tres años.

Anexos.

- Dossier de candidatura CAPAS ciudad. (Versión francés y español)
- Guía de comunicación de POCTEFA. (Versión francesa y española.)

Información disponible en :

Mairie de Huesca: Jorge ASCASO jascaso@huesca.es / +34 974 29.21.47

Mairie de Tarbes : Catherine LOMBARD : c.lombard@mairie-tarbes.fr / (+33) 6.89.87.59.89