



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS DEL CONTRACTE DE SERVEI DE COMUNICACIÓ CORPORATIVA, XARXES SOCIALS, COMUNICACIÓ CIENTÍFICA I COMUNICACIÓ ESTRATÈGICA DE L'INCAVI PER L'ANY 2023

1. Antecedents

L'Institut Català de la Vinya i el Vi (INCAVI) és un organisme autònom de la Generalitat de Catalunya adscrit al Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (d'ara en endavant DACC). Desenvolupa funcions de recerca, sostenibilitat ambiental, traçabilitat dels productes vitivinícoles, i impuls i promoció dels vins catalans.

La difusió i la comunicació de les seves actuacions i la transferència de coneixement, en favor del sector del vi català es realitza mitjançant campanyes i accions presencials i digitals

2. Objecte

L'objecte d'aquesta licitació és la provisió de servei de comunicació corporativa, xarxes socials i comunicació científica de l'INCAVI emmarcats en els objectius i el context del Pla Estratègic de l'INCAVI.

L'INCAVI és un organisme autònom administratiu adscrit al Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural.

2.1- Funcions:

L'Institut Català de la Vinya i el Vi té, entre d'altres, les funcions següents legalment atribuïdes en l'article 65 de la Llei 2/2020, del 5 de març, de la vitivinicultura:

- Anàlisi de vins i derivats i expedició dels certificats a petició de particulars i d'organismes.
- Organisme tècnic assessor dels òrgans de gestió de les denominacions d'origen vitivinícoles de Catalunya i del sector en general.
- Col·laborar amb els sectors econòmics i socials i amb els consumidors en les matèries relacionades amb la vinya i el vi.
- Promoure i fomentar la millora del conreu de la vinya i la qualitat dels vins i altres productes que se'n derivin.
- Promoure el coneixement i bon ús dels vins catalans en el consum moderat, tot contribuint a la seva correcta valoració.
- Estudiar, investigar i experimentar els processos, les tècniques, els materials i altres aspectes relatius a la producció vitivinícola.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Especialització, reciclatge i perfeccionament de tècnics i professionals en matèria vitivinícola i enològica.
- Col·laborar en la realització d'estudis, censos, inventaris i estadístiques relacionats amb el sector vitivinícola.
- Impartir cursos als consumidors sobre el coneixement i el bon ús dels productes vínics, i també fomentar i organitzar cursos d'especialització i de reciclatge de tècnics i professionals en matèria de viticultura i d'enologia, i col·laborar amb universitats, associacions, col·legis professionals i centres de recerca.
- Promoure el paper de les dones i la igualtat de gènere establint estratègies de foment de les iniciatives de les dones, la formació i l'assessorament específics en matèria vitivinícola, en connexió amb la gestió econòmica de les explotacions agràries.

2.2- Contacte

La seva seu està ubicada a Vilafranca del Penedès, a la Plaça Àgora 2-3. Tel. 938900211 i web <http://incavi.gencat.cat/ca/inici/index.html>

3 – Introducció i context

La comunicació i les xarxes socials tenen cada cop més importància i esdevenen el principal canal de comunicació. El 85% dels internautes de 16 a 65 anys utilitzen xarxes socials, fet que representa més de 25,5 milions d'usuaris a l'Estat espanyol. A més, el perfil d'usuari no presenta diferències per gèneres (49% homes i 51% dones), però sí que hi ha una presència més gran de la franja dels 31-45 anys.

Es considera estratègic per l'INCAVI difondre la realitat vitivinícola de Catalunya, la seva activitat institucional pròpia i el resultat dels seus estudis en recerca, investigació i desenvolupament tant en mitjans tradicionals (formats físics, ràdio i televisió) com també a les xarxes socials; així com en suports i mitjans especialitzats en recerca amb l'objectiu de posar de relleu l'activitat que desenvolupa l'INCAVI d'una forma eficient i eficaç. A més, hi ha un interès a l'alça en continguts referents al sector vitivinícola i es disposa d'un ecosistema mediàtic important sobre vi a Catalunya i és clau ser-hi present de forma coherent i rigorosa.

Per aquest motiu l'INCAVI té la necessitat de rebre suport per millorar la difusió de les seves activitats, dels seus estudis científics i augmentar la presència digital, el posicionament i la reputació corporativa de l'entitat en tots els àmbits comunicatius.

Els objectius comunicatius de l'INCAVI són:

- Difondre la realitat vitivinícola de Catalunya.
- Posar de relleu l'activitat que desenvolupa l'INCAVI en tant que organisme autònom adscrit al DACC de la Generalitat de Catalunya en matèria vitivinícola.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Estendre la cultura del vi.
- Ampliar l'audiència a xarxes socials, principalment a Instagram.
- Promocionar i fomentar el consum responsable i moderat dels productes vínics.
- Captar visitants en els diferents esdeveniments que hi haurà al llarg de l'any.
- Proporcionar materials didàctics i divulgatius sobre el sector vitivinícola a Catalunya.
- Visibilitzar iniciatives amb els mateixos valors que l'INCAVI (proximitat, sostenibilitat i diversitat) i que aportin continguts interessants per la comunitat quant a alimentació sostenible, sana i saludable, respectuosa amb el desenvolupament territorial i els circuits curts de comercialització.
- Difondre els estudis científics que realitza.
- Posar en valor la tasca científica d'aquest Institut

4- Descripció dels serveis a contractar

La present licitació està formada per tres lots:

LOT 1. Comunicació corporativa i xarxes socials

LOT 2. Comunicació científica

LOT 3. Disseny gràfic

LOT 4. Comunicació estratègica

Les empreses licitadores podran presentar oferta a un o més lots, sense que se n'estableixi límit màxim de lots als quals presentar oferta.

4.1. LOT 1: Comunicació corporativa i xarxes socials

4.1.1 Descripció dels serveis

És l'objecte del present lot la contractació d'un servei de suport extern a l'equip de comunicació de l'INCAVI per disposar dels serveis de gabinet de premsa i de dinamització de xarxes socials. Les tasques associades a aquest lot tindran l'objectiu de donar cobertura mediàtica i a les xarxes socials de l'entitat, les tasques que desenvolupa l'INCAVI.

Les activitats que cal difondre, més enllà de l'activitat pròpia de l'entitat, són:

- Reunions i actes institucionals
- Esdeveniments del sector que comptin amb el suport de l'INCAVI



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Setmana del Vi Català, Festa del Vi Novell i altres activitats de promoció del vi català relacionades amb l'estratègia d'augment de notorietat del vi català.
- Esdeveniments professionals de la vitivinicultura catalana
- Informació sobre Catalunya com a país de vinyes i de vins (denominacions d'origen, agrupacions vinculades al món del vi, etc.)
- Fires i mercats d'interès vinculades a la vitivinicultura
- Cites clau del calendari vinculades al sector vitivinícola i esdeveniments nacionals (dies mundials, internacionals o europeus, Nadal, Setmana Santa, Sant Jordi, estiu, etc.)
 - Aspectes a valorar en els continguts:
 - Transmissió dels valors de proximitat, sostenibilitat i diversitat.
 - Difusió dels continguts tractant de forma equànime totes les denominacions d'origen i altres associacions/entitats del vi català en les que l'INCAVI en tingui competència pel producte que elaborin
 - Fer ressò de les accions dels principals agents del sector (DO, patronals, organitzacions agràries i altres entitats).
 - Difusió d'aspectes vinculats amb el món del vi com la recerca, gastronomia, la història, la cultura, etc.

El servei a contractar ha de donar resposta a necessitats en matèria de comunicació corporativa, xarxes socials i fotografia. A continuació, es detallen:

Comunicació corporativa

- Servei d'assessorament en matèria de comunicació i desenvolupament del pla de comunicació

Donar suport i assessorament en la planificació d'accions comunicatives de l'INCAVI. El suport i assessorament serà presencial i per via telemàtica. L'adjudicatari ha de proposar i desenvolupar un pla de comunicació d'acord als objectius compresos en el Pla Estratègic de l'INCAVI, #HortizóINCAVI2025 que inclogui l'estratègia comunicativa de l'INCAVI i garantir la generació d'*outputs* comunicatius.

- Gabinet de premsa

Aquesta tasca comprèn els serveis de col·laborar en generar, redactar i enviar notes de premsa, a partir de la informació proporcionada per l'INCAVI, seguint criteris periodístics i de comunicació pública, als diferents mitjans de comunicació, tant off line com online (premsa, ràdio i TV).

L'adjudicatari també serà l'encarregat del seguiment de la notícia i de la



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

realització d'un raport de les aparicions.

- Recull d'aparicions en premsa (*Press clipping*)

L'adjudicatari proporcionarà i gestionarà un servei de seguiment de premsa, ràdio, TV, web i xarxes socials de les informacions que apareguin sobre INCAVI i quantifiqui els impactes i els generi en format pdf.

L'adjudicatari haurà d'enviar setmanalment els resultats del *press clipping* a la llista de persones o grups de persones designades pel licitant.

- Informes mensuals i anuals

L'adjudicatari elaborarà i presentarà resums o informes periòdics de forma mensual durant la primera setmana del mes de totes les accions amb els mitjans i el seu impacte, oportunament quantificat i detallat.

Xarxes Socials

- Conceptualització, desenvolupament, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital de l'INCAVI

- Elaboració dels continguts textuais (còpies) i gràfics alineant el to, estil i missatges, a l'estratègia de comunicació digital que haurà de ser validada prèviament per l'INCAVI amb una periodicitat de 10 publicacions setmanals, aproximadament.

- Adaptació de la identitat gràfica de l'INCAVI al llenguatge de xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics i en alguns casos, audiovisuals.

- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes, i aliances entre els diferents agents del projecte així com els organismes col·laboradors.

- Programació mensual anticipada del contingut que es publica a les diferents xarxes socials de l'INCAVI (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube).

- Nombre de publicacions: es valora més la qualitat, originalitat i la resposta / retorn de les publicacions en la correcta expressió dels valors del projecte per sobre de la quantitat de publicacions. El nombre de publicacions serà aproximadament a Facebook de 5 a 7 a la setmana, a Instagram de 3 a 6 publicacions setmanals i de 10 stories setmanals i a Twitter de 10 a 15 publicacions setmanals més RT compartint informacions.

- Cobertura en directe a xarxes socials de determinades activitats institucionals, promocionals i de recerca amb un nombre màxim mensual de 6 accions en el territori de Catalunya

- Atenció personalitzada diària, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès originals sobre vins catalans.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials pel seguiment de l'execució del projecte a entregar la primera setmana del mes següent.

- Es requerirà cobertura a temps real a xarxes socials i per aquest motiu l'empresa licitadora ha de cobrir presencialment entre 8-10 actes/activitats al mes d'una durada aproximada de 2 hores cada una, i que poden tenir lloc arreu de Catalunya. Les despeses de transport les ha d'assumir sense cost addicional l'empresa adjudicatària.

Servei de fotografia professional

Es requerirà del servei de fotografia professional en els actes o esdeveniments on sigui necessari per a la seva difusió a través de les Xarxes Socials de l'INCAVI, distribuir a mitjans de comunicació i per establir arxiu per a possibles futurs materials físics o digitals.

L'empresa oferirà el servei de cobertura fotogràfica entre 8-10 actes/activitats al mes d'una durada aproximada de 2 hores cada una, i que poden tenir lloc arreu de Catalunya.

4.1.2 Condicions generals de desenvolupament del servei

- L'empresa adjudicatària haurà d'adaptar la freqüència i la intensitat del servei a les exigències del projecte sense cost addicional en aquells moments puntuals en els que sigui necessari, en dues o tres setmanes a l'any. L'empresa adjudicatària ha de garantir l'execució correcta de tots els materials gramatical i orto tipogràficament.
- El Gabinet de comunicació de l'empresa adjudicatària tindrà disposició tots els dies laborables de la setmana entre les 08h i les 20h a partir de l'adjudicació del contracte i fins el 31 de desembre. El personal haurà de tenir disponibilitat alguns dissabtes i caps de setmana per a la cobertura d'algunes accions i visites (uns dos dissabtes al mes).
- L'adjudicatari està obligat a respectar el caràcter confidencial de tota aquella informació a la que tingui accés per l'execució del contracte.
- La persona que designi la direcció de l'INCAVI serà l'encarregada de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques.
- Respectar sempre els drets d'autor i drets de les persones que hi apareixen.
- Tenint en compte que cada canal (mitjà de comunicació o xarxa social) té un públic i un estil propi, cal adaptar el missatge en cada un d'aquests canals.
- Supervisió de la consistència de la línia gràfica de campanya segons la imatge corporativa de l'INCAVI i la Generalitat de Catalunya.

4.1.3 Equip de treball



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

L'equip humà dels licitadors ha de tenir els següents perfils:

Comunicació corporativa:

Els serveis es cobriran amb un equip format com a mínim de dos professionals periodistes acreditats amb titulació i amb experiència específica en atenció a mitjans generalistes, especialitzats en sector vitivinícola i gastronòmic i territorials. Es requerirà aportar CV amb experiència i el detall dels projectes i de la formació específica en llicenciatures i graduacions tals com: Llicenciatura en ciències de la informació; Llicenciatura en Periodisme, Publicitat i/o Relacions Públiques i institucionals; valorant formacions complementàries com Direcció de Comunicació; Màster en Direcció de Comunicació i Màrqueting o similar.

L'experiència mínima requerida per l'equip de treball en les tasques definides ha de ser superior a 3 anys.

Dinamització xarxes socials:

Es demanarà al licitador un mínim de dos professionals que acreditin a través dels seus CV una experiència de mínima de 2 anys com a responsables de projectes, estratègia digital, estratègia de Social Media, estratègia de continguts, analítica web i de xarxes socials i redacció de contingut.

Es demanarà a l'equip de treball haver participat en un o més projectes de comunicació digital relacionats amb el món de l'alimentació.

Fotografia:

Es demanarà al licitador un mínim d'un professional que acrediti a través dels seus CV una experiència de mínima de 2 anys com a fotògraf d'esdeveniments i amb coneixement i pràctica en l'enviament de fotografies in situ i en retoc fotogràfic.

4.1.4 Criteris d'adjudicació

4.1.4.1 Oferta econòmica (0 a 50 punts)

S'atorgaran 50 punts a la licitadora que presenti el preu més baix per a la prestació del servei. La resta de licitadors obtindran una puntuació segons la fórmula següent:

$$Pi = \left[1 - \left(\frac{Oi - Om}{PL} \right) \right] \times P$$

On Pi és la puntuació que obté l'empresa "i", Oi és l'import de l'oferta de l'empresa "i", Om és l'import de l'oferta millor (oferta més baixa), PL és el pressupost de licitació i P són els punts del criteri.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

Les empreses que, en la seva oferta econòmica, superin el pressupost màxim de licitació i les empreses que no presentin una oferta econòmica quedaran excloses de la licitació.

4.1.4.2 Criteris subjectes a judici de valor (0 a 50 punts)

La valoració dels 50 punts que corresponen a la part tècnica del lot 1 de la present licitació es realitzarà mitjançant els següents elements:

1.- Memòria del projecte i pla de comunicació amb mitjans de comunicació convencionals i digitals.

La presentació de la memòria tècnica del projecte s'entregarà en format PDF i en un màxim de 20 pàgines. Ha d'incloure tots els elements de valoració descrits a continuació i puntuarà fins un màxim de 25 punts.

1.1 L'estratègia i objectius de comunicació	Fins a 7 punts
1.2 Proposta d'idees d'activitats de dinamització comunicativa (rodes de premsa, trobades online) que aportin oportunitats notòries per difondre les activitats de l'INCAVI als mitjans de comunicació.	Fins a 7 punts
1.3 Argumentari amb propostes de millora dels missatges de comunicació per arribar a diferents segments de públic: vitivinícola, joves i societat en general,	Fins a 4 punts
1.4 Exemples de projectes realitzats en l'àmbit vitivinícola o gastronòmic	Fins a 3 punts
1.5 Pla de treball i calendari (cronograma)	Fins a 4 punts

(1.1) A l'Estratègia i objectius de comunicació del projecte es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència entre l'estratègia proposada i els objectius; l'ajustament realista de la proposta amb les perspectives d'èxit i la viabilitat del retorn de la comunicació; l'adequació amb la identitat, essència i valors de l'INCAVI (proximitat, sostenibilitat i diversitat)

(1.2) A la proposta d'activitats i oportunitats de comunicació es valorarà la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència amb l'estratègia proposada i els objectius; l'ajustament realista de la proposta amb les perspectives d'èxit i la viabilitat del retorn de la comunicació; l'adequació amb la identitat, essència i valors del projecte.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



- (1.3) A la proposta de millora dels missatges de comunicació i accions per arribar als diferents segments de públic es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; concreció i sintetització; la correcta caracterització dels públics objectius i l'enfocament dels missatges per a cada públic; la creativitat i originalitat dels missatges; la idoneïtat respecte a la identitat, essència i valors del projecte.
- (1.4) En relació amb els exemples de projectes realitzats es valorarà: una descripció concreta i sintètica de l'evolució mediàtica feta amb el projecte o client; que els àmbits dels projectes o clients siguin sobre el sector del vi o gastronomia; la claredat en l'exposició dels continguts i resultats de la feina. El licitador limita aquest element de valoració a 2 exemples de projectes/clients en total.
- (1.5) El pla de treball ha de contenir: la proposta de calendari-cronograma amb totes les fites incorporades; les tasques associades a cada fita; els terminis i el pla definitiu d'entrega de documents. Es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels documents; la coherència en la planificació respecte a l'estratègia.

Els paràmetres d'avaluació seran a través de percentatges. És a dir, si l'apartat 1.1 té una valoració òptima perquè recull tots els elements a valorar de forma positiva, es lliuraran 7 punts, és a dir, el 100% de la puntuació de l'apartat 1.1.

Paràmetres d'avaluació	Valoració
Òptima	100%
Notable	75%
Correcte	50%
Amb mancances	25%
Deficient	0%

2.- Estratègia comunicativa a xarxes socials i dinamització d'aquestes.

El licitador haurà de presentar una proposta tècnica, de no més de 25 pàgines en format PDF. A la proposta tècnica l'empresa licitadora inclourà els punts següents que es valoraran segons la puntuacions i amb un màxim de 25 punts:





2.1 - Estratègia digital i de xarxes socials de l'INCAVI	Fins a 6 punts
2.2 – Calendari semestral de fites i planificació	Fins a 4 punts
2.3 – Proposta de continguts d'una setmana a Instagram (imatges i textos)	Fins a 3 punts
2.4 - Imatge de les publicacions durant un mes del perfil d'Instagram (<i>Mockup feed</i>)	Fins a 3 punts
2.5 - Proposta de 5 il·lustracions originals d'acord a diferents àmbits vinculats amb la vinya i el vi i d'una peça animada	Fins a 5 punts
2.6– Anàlisi d'altres projectes similars que puguin inspirar la dinamització de les xarxes socials de l'INCAVI	Fins a 4 punts

(2.1) Quant a l'Estratègia digital i de xarxes socials es valorarà la claredat en l'exposició, la coherència entre l'estratègia i els objectius, la identificació i definició dels públics objectius, el detall del nombre de publicacions per cada xarxa social i les mètriques que determinaran el compliment dels objectius.

(2.2) Caldrà lliurar un calendari semestral de fites i la seva planificació on es valorarà la coherència en la generació de contingut original relacionada amb moments claus i amb dates assenyalades que posin en valor, de manera creativa, els objectius de l'INCAVI, les accions de l'institut i el propi calendari del sector del vi a Catalunya.

(2.3) En la proposta de continguts setmanal a Instagram adaptada a les diferents tipologies de continguts i exemples de textos i imatges es valorarà la creativitat dels continguts i la seva afinitat amb els objectius. Per últim, es tindrà en compte l'estil gràfic i textual dels posts i la seva coherència amb el to de comunicació de la marca.

(2.4) En la imatge de les publicacions d'un mes es valorarà que reflecteixi la identitat de la marca i el seu to, estil i estètica a través dels recursos visuals emprats.

(2.5) A la proposta de cinc il·lustracions originals i d'una peça animada es valorarà la creativitat; l'alineació amb la identitat, essència i valors de marca de l'INCAVI; així com l'expressivitat i la continuïtat amb l'estil de les il·lustracions utilitzades anteriorment. Es podran escollir il·lustracions sobre àmbits com la recerca, la investigació, l'enoturisme, els Vins de Finca Qualificada i les tasques



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

que desenvolupa i esdeveniments propis de l'INCAVI (Setmana del Vi Català, Barcelona Wine Week i Vi Novell).

(2.6) L'objectiu de l'anàlisi inspiracional és identificar projectes, institucions, campanyes o programes que puguin ser inspiracionals pels projectes en termes de comunicació. Es valorarà la concreció presentant un màxim de dos iniciatives que serveixin de model quant a similitud amb els projectes de l'INCAVI així com que resultin una bona pràctica per extreure'n la utilitat i el seu valor comunicatiu.

Els paràmetres d'avaluació seran a través de percentatges. És a dir, si l'apartat 2.1 té una valoració òptima perquè recull tots els elements a valorar de forma positiva, es lliuraran 6 punts, és a dir, el 100% de la puntuació de l'apartat 2.1.

Paràmetres d'avaluació	Valoració
Òptima	100%
Notable	75%
Correcte	50%
Amb mancances	25%
Deficient	0%

4.2 Lot 2: Comunicació científica

4.2.1 Descripció dels serveis

- Creació d'un pla de comunicació científica per l'any 2023.
- Creació d'un repositori de projectes de recerca que ha desenvolupat i desenvolupa l'INCAVI segons les seves tipologies.
- Adaptació d'informes científics elaborats per l'INCAVI a pòsters, presentacions i articles adaptats a l'alta divulgació, divulgació ciutadana i per a congressos.
- Adaptació d'idioma dels materials al català, castellà i anglès i, quan sigui necessari, francès.
- Gestió amb mitjans especialitzats d'alta divulgació i baixa divulgació per publicar estudis, articles, entrevistes, entre d'altres.
- Adaptació dels estudis més rellevants a materials de divulgació per a mitjans generalistes i xarxes socials, dirigits a la ciutadania



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Coordinació amb el Servei de Viticultura, Enologia i Ampelografia de l'INCAVI i amb la direcció de l'INCAVI a través de reunions de treball amb una periodicitat mínima de una al mes i d'un màxim de tres per tal de compartir la informació i traslladar els resultats de la feina duta a terme.

4.2.2 Desenvolupament del servei

- Manteniment del rigor científic en tot moment
- Adaptació dels continguts a públic especialitzats (alta divulgació) i a públic general (baixa divulgació)
- Reunions mensuals amb l'equip de comunicació i l'equip de recerca de l'INCAVI presencials a Vilafranca del Penedès o de forma telemàtica, en funció de disponibilitat d'agenda.
- Clipping d'impactes comunicatius mensuals

4.2.3 Equip de treball

Els serveis es cobriran amb un equip format com a mínim de dos professionals. Almenys un dels quals ha de ser periodista acreditat amb experiència en comunicació científica, atenció a mitjans.

L'altra persona de l'equip ha d'acreditar Doctorat en ciències i amb experiència en la divulgació científica de dos anys.

Es requerirà aportar CV amb experiència i el detall dels projectes i de la formació específica en llicenciatures i valorant formacions complementàries com Direcció de Comunicació; Màster en Direcció de Comunicació i Màrqueting o similar per part de totes les persones que conformin l'equip de treball adjudicat.

4.2.4 Criteris d'adjudicació

4.2.4.1 Oferta econòmica (0 a 50 punts)

S'atorgaran 50 punts a la licitadora que presenti el preu més baix per a la prestació del servei. La resta de licitadors obtindran una puntuació segons la fórmula següent:

$$P_i = \left[1 - \left(\frac{O_i - O_m}{PL} \right) \right] \times P$$

On P_i és la puntuació que obté l'empresa "i", O_i és l'import de l'oferta de l'empresa "i", O_m és l'import de l'oferta millor (oferta més baixa), PL és el pressupost de licitació i P són els punts del criteri.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



Les empreses que, en la seva oferta econòmica, superin el pressupost màxim de licitació i les empreses que no presentin una oferta econòmica quedaran excloses de la licitació.

4.2.4.2 Criteris subjectes a judici de valor (0 a 50 punts)

La valoració dels 50 punts que corresponen a la part tècnica del lot 2 de la present licitació es realitzarà mitjançant els següents elements:

1.- Proposta descriptiva de la metodologia en que es basarà per crear, executar i avaluar el pla de comunicació científica

El licitador haurà de presentar una memòria proposta de no més de 10 pàgines en format PDF.

A la memòria tècnica l'empresa licitadora inclourà els punts següents que es valoraran segons la puntuacions i amb un màxim de 25 punts:

1.1 - Proposta de l'estratègia i objectius del pla de comunicació científica de l'INCAVI per l'any 2023	Fins a 10 punts
1.2 – Proposta descriptiva de com s'organitzarà una base de dades dels projectes de recerca que desenvolupa l'INCAVI	Fins a 5 punts
1.3 – Proposta descriptiva sobre com es durà a terme l'avaluació de l'execució del pla de comunicació	Fins a 5 punts
1.4 Anàlisi d'altres projectes similars que puguin inspirar la comunicació científica de l'INCAVI	Fins a 5 punts

- (1.1) A la proposta d'Estratègia i objectius de comunicació del projecte es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència entre l'estratègia proposada i els objectius; l'ajustament realista de la proposta amb les perspectives d'èxit i la viabilitat del retorn de la comunicació; l'adequació amb la identitat, essència i valors de l'INCAVI.
- (1.2) A la proposta descriptiva de l'organització de la base de dades es valorarà quins camps es tindran en compte i quin sistema per tal de recollir la informació i per facilitar la seva consulta.
- (1.3) En l'avaluació de l'execució del pla de comunicació científica, es valorarà quins indicadors es tindran en compte i en quina periodicitat es recollirà la informació.



- (1.4) L'objectiu de l'anàlisi inspiracional és identificar projectes, institucions, que puguin ser inspiracionals pels projectes en termes de comunicació científica. Es valorarà la concreció presentant un màxim de 2 iniciatives que serveixin de model i que resultin una bona pràctica per extreure'n la utilitat i el seu valor comunicatiu.

En els apartats 1.1, 1.2 i 1.3 caldrà també explicar el servei de coordinació que es durà a terme amb l'organització, partint d'un lideratge col·laboratiu i diàleg constant i que les propostes demostrin un coneixement de la realitat de l'ecosistema del món de la ciència del vi.

2.- Proposta de materials de divulgació científica

Es valorarà fins a 25 punts els següents elements:

2.1- Proposta d'idees d'activitats de dinamització comunicativa (rodes de premsa, trobades online, jornades) que aportin oportunitats notòries per difondre les activitats de recerca i resultats de l'INCAVI a diferents públics d'interès	Fins a 10 punts
2.2- Dos exemples de materials divulgatius sobre projectes de recerca del vi: pòster per congrés i imatge per xarxes socials	Fins a 5 punts
2.3- Exemples de projectes realitzats per l'empresa en l'àmbit científic vitivinícola	Fins a 5 punts
2.4- Pla de treball i calendari (cronograma)	Fins a 5 punts

- (2.1) A la proposta d'activitats i oportunitats de comunicació es valorarà la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència amb l'estratègia proposada i els objectius; l'ajustament realista de la proposta amb les perspectives d'èxit i la viabilitat del retorn de la comunicació; l'adequació amb la identitat, essència i valors del projecte.

- (2.2) A la proposta de dos exemples de materials divulgatius es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; concreció i sintetització; la correcta caracterització dels públics objectius i l'enfocament dels missatges per a cada públic; la creativitat i originalitat dels missatges; la idoneïtat respecte a la identitat, essència i valors del projecte.



- (2.3) En relació amb els exemples de projectes realitzats es valorarà: una descripció concreta i sintètica de l'evolució feta amb el projecte o client; la claredat en l'exposició dels continguts i resultats de la feina. El licitador limita aquest element de valoració a dos exemples de projectes/clients en total.
- (2.4) El pla de treball ha de contenir: la proposta de calendari-cronograma amb totes les fites incorporades; les tasques associades a cada fita; els terminis i el pla definitiu d'entrega de documents. Es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels documents; la coherència en la planificació respecte a l'estratègia; i la descripció i adequació de l'equip humà i tècnic implicat que realitzarà la feina.

Els paràmetres d'avaluació seran a través de percentatges. És a dir, si l'apartat 1.1 té una valoració òptima perquè recull tots els elements a valorar de forma positiva, es lliuraran 10 punts, és a dir, el 100% de la puntuació de l'apartat 1.1.

Paràmetres d'avaluació	Valoració
Òptima	100%
Notable	75%
Correcte	50%
Amb mancances	25%
Deficient	0%

4.3- LOT 3 – Serveis de Disseny Gràfic

4.3.1 Descripció dels serveis

L'INCAVI té previst a terme diferents accions promocionals i esdeveniments vinculats a la difusió de la cultura del vi a Catalunya durant el 2023, els quals requeriran de tasques de disseny gràfic com pòsters, fulletons, adaptació logotips, disseny expositiu, etc.

Es calculen que es requerirà d'un volum de 30-40 peticions anuals i es preveu un servei d'assistència màxima de 100 hores.

Per això es requereix contractar un/a dissenyador/a tècnic per un forfait de 100 hores a exhaurir durant l'any i segons necessitats.

4.3.2 Desenvolupament del servei





INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Coordinació amb les unitats que ho requereixin de l'INCAVI
- Ús d'eines professionals de servei gràfic
- Lliurament d'Arts Finals a l'INCAVI

4.3.3 Equip de treball

Dissenyador gràfic amb experiència mínima de 2 anys i que hagi participat en un o més projectes relacionats amb el món del vi.

4.3.4 Criteris d'adjudicació

4.3.4.1 Oferta econòmica (0 a 75 punts)

S'atorgaran 75 punts a la licitadora que presenti el preu més baix per a la prestació del servei. La resta de licitadors obtindran una puntuació segons la fórmula següent:

$$P_i = \left[1 - \left(\frac{O_i - O_m}{PL} \right) \right] \times P$$

On P_i és la puntuació que obté l'empresa "i", O_i és l'import de l'oferta de l'empresa "i", O_m és l'import de l'oferta millor (oferta més baixa), PL és el pressupost de licitació i P són els punts del criteri.

Les empreses que, en la seva oferta econòmica, superin el pressupost màxim de licitació i les empreses que no presentin una oferta econòmica quedaran excloses de la licitació.

4.3.4.2 Criteris subjectes a judici de valor (0 a 25 punts)

Es valorarà fins a 25 punts els següents elements:

1.1 – Infografia sobre els vins catalans	Fins a 5 punts
1.2- - Esbós de tríptic sobre l'INCAVI i el seu Pla Estratègic	Fins a 10 punts
1.3- - Esbós de cartell de la Setmana del Vi Català	Fins a 5 punts
1.4- – GIF animat de felicitació de Nadal de l'INCAVI	Fins a 5 punts

(1.1) A la infografia es valorarà la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència amb la imatge gràfica de l'INCAVI i la Generalitat de Catalunya, així com la identitat de marca (que es pot consultar al [Pla d'Identificació Visual de la Generalitat de Catalunya](#)).



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

(1.2) A la proposta de tríptic es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la maquetació proposada, la creativitat d'acord a les actuals tendències del mercat; la idoneïtat respecte a la identitat, essència i valors del projecte i la coherència amb la identitat i imatge gràfica de l'INCAVI.

(1.3) A la proposta de cartell es valorarà: la creativitat i originalitat dels missatges; la idoneïtat respecte a la identitat, essència i valors del projecte i la coherència amb la identitat i imatge gràfica de l'INCAVI i de la Setmana del vi Català

(1.4) Es valorarà la creativitat i originalitat i la vinculació dels valors del vi català amb les festes de Nadal.

Els paràmetres d'avaluació seran a través de percentatges. És a dir, si l'apartat 1.1 té una valoració òptima perquè recull tots els elements a valorar de forma positiva, es lliuraran 5 punts, és a dir, el 100% de la puntuació de l'apartat 1.1.

Paràmetres d'avaluació	Valoració
Òptima	100%
Notable	75%
Correcte	50%
Amb mancances	25%
Deficient	0%

4.4 Lot 4: Comunicació estratègica

4.4.1 Descripció dels serveis

- Creació d'un pla de comunicació estratègica per l'any 2023.
- Assessorament en la comunicació de desenvolupament del Pla Estratègic de l'INCAVI, #Hortizó2025
- Redacció de posicionaments, discursos i guions dels esdeveniments més rellevants
- Coordinació amb la direcció de l'INCAVI a través de reunions de treball amb una periodicitat mínima de una al mes i d'un màxim de tres per tal de compartir la informació i traslladar els resultats de la feina duta a terme.

4.4.2 Desenvolupament del servei



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

- Manteniment del rigor, la transparència i el retiment de comptes en tot moment.
- Preparació dels continguts demanats amb l'adaptació dels continguts a públic destinatari.
- Reunions mensuals amb l'equip de comunicació i direcció de l'INCAVI presencials a Vilafranca del Penedès o de forma telemàtica, en funció de disponibilitat d'agenda.

4.4.3 Equip de treball

Els serveis es cobriran amb un equip format com a mínim de dos professionals. Almenys un dels quals ha de ser periodista acreditat amb experiència en comunicació estratègica i de suport en la planificació.

Es requerirà aportar CV amb experiència i el detall dels projectes i de la formació específica en llicenciatures i valorant formacions complementàries com Direcció de Comunicació; Màster en Direcció de Comunicació i Màrqueting o similar per part de totes les persones que conformin l'equip de treball adjudicat.

4.4.4 Criteris d'adjudicació

4.4.4.1 Oferta econòmica (0 a 50 punts)

S'atorgaran 50 punts a la licitadora que presenti el preu més baix per a la prestació del servei. La resta de licitadors obtindran una puntuació segons la fórmula següent:

$$P_i = \left[1 - \left(\frac{O_i - O_m}{PL} \right) \right] \times P$$

On P_i és la puntuació que obté l'empresa "i", O_i és l'import de l'oferta de l'empresa "i", O_m és l'import de l'oferta millor (oferta més baixa), PL és el pressupost de licitació i P són els punts del criteri.

Les empreses que, en la seva oferta econòmica, superin el pressupost màxim de licitació i les empreses que no presentin una oferta econòmica quedaran excloses de la licitació.

4.4.4.2 Criteris subjectes a judici de valor (0 a 50 punts)

La valoració dels 50 punts que corresponen a la part tècnica del lot 4 de la present licitació es realitzarà mitjançant els següents elements:

1.- Proposta descriptiva de la metodologia en que es basarà per crear, executar i avaluar el pla de comunicació estratègica



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



El licitador haurà de presentar una proposta tècnica de no més de vuit pàgines en format PDF.

A la proposta tècnica l'empresa licitadora inclourà els punts següents que es valoraran segons la puntuacions i amb un màxim de 50 punts:

1.1 - Proposta de l'estratègia i objectius de l'INCAVI per l'any 2023	Fins a 20 punts
1.2 – Proposta descriptiva de com s'organitzarà un acte o esdeveniment de presentació d'una campanya audiovisual de promoció del vi català	Fins a 20 punts
1.3 – Proposta descriptiva sobre com es durà a terme l'avaluació de l'execució del pla de comunicació	Fins a 10 punts

- (1.1) A la proposta d'Estratègia i objectius de l'INCAVI per l'any 2023 es valorarà: la claredat en l'exposició i presentació dels continguts; la coherència entre l'estratègia proposada i els objectius; l'ajustament realista de la proposta amb les perspectives d'èxit i la viabilitat del retorn de la comunicació; l'adequació amb la identitat, essència i valors de l'INCAVI.
- (1.2) A la proposta descriptiva de l'organització d'un acte o esdeveniment de presentació d'una campanya audiovisual de promoció del vi català es valorarà quina proposta d'escaleta és busca materialitzar i la coherència amb els continguts i el canal utilitzat.
- (1.3) En l'avaluació de l'execució del pla de comunicació estratègica, es valorarà quins indicadors es tindran en compte i en quina periodicitat es recollirà la informació.

Els paràmetres d'avaluació seran a través de percentatges. És a dir, si l'apartat 1.1 té una valoració òptima perquè recull tots els elements a valorar de forma positiva, es lliuraran 20 punts, és a dir, el 100% de la puntuació de l'apartat 1.1.

Paràmetres d'avaluació	Valoració
Òptima	100%
Notable	75%



Correcte	50%
Amb mancances	25%
Deficient	0%

5- Condicions d'execució

5.1 – Ubicació física del servei

La prestació de serveis objecte de la licitació es realitzarà en diferents localitzacions en funció de les tasques:

- Les reunions de treball entre l'equip de comunicació de l'INCAVI i l'empresa adjudicatària es duran a terme a les instal·lacions de l'INCAVI a Vilafranca del Penedès o de forma telemàtica.
- En algunes ocasions, amb un màxim de tres al mes, caldrà que l'empresa adjudicatària es desplaci a la ubicació on es desenvoluparà algun esdeveniment per poder oferir el seu servei, tal com s'ha detallat en cada una de les característiques dels lots.

5.2 – Aportacions de mitjans

L'empresa adjudicatària aportarà pel seu compte l'equip humà i recursos materials necessaris per executar els serveis.

5.3 – Relació laboral

El poder de direcció sobre el personal del contractista que sigui adscrit al servei objecte d'aquest contracte s'exercitarà únicament i directament des del propi contractista, de tal manera que, el personal propi de l'INCAVI no podrà, en cap moment, assumir funcions directives mitjançant la impartició directa d'ordres o instruccions sobre el personal del contractista, sense perjudici de les facultats que la legislació de contractes del sector públic reconeix a l'òrgan de contractació en ordre a l'execució dels contractes.

El contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i continua el poder de direcció de les persones treballadores adscrites a l'execució del contracte, essent responsable de l'organització del servei i de la qualitat tècnica de les activitats i prestacions que desenvolupi.

El contractista és el responsable d'impartir a les persones treballadores adscrites a l'execució del contracte les ordres corresponents, els criteris de realització del treball i les directrius de com distribuir-lo.



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

En particular, el contractista ha d'assumir el pagament del salari, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions de les persones treballadores en els casos de baixa o d'absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions deriven de la relació contractual entre l'empresa i la persona treballadora.

L'INCAVI no té cap mena de relació de treball respecte a les persones treballadores del contractista, i no exerceix cap funció de control, direcció o organització d'aquest personal.

En cap cas, el personal adscrit a l'execució del contracte del contractista rebrà ordres o instruccions directes de l'INCAVI i la seva prestació s'ha de considerar clarament diferenciada de la del personal propi de l'INCAVI, al qual no es podrà assimilar ni en les condicions horàries, ni jeràrquiques, ni laborals, ni de qualsevol altre tipus que pugui suposar situacions confuses en quant al seu règim de personal aliè a l'INCAVI.

5.4- Confidencialitat i protecció de dades

El contractista haurà d'adoptar les mesures corresponents per tal de garantir la confidencialitat i integritat del contingut de la informació que accedeixi per a la prestació del servei, restant obligades totes aquelles persones que hi tinguin accés a tenir secret del seu contingut, fins i tot una vegada finalitzada la vigència del present contracte.

Així mateix, el contractista, en relació amb les dades personals a les quals tingui accés amb ocasió del contracte, s'obliga al compliment de tot allò que estableix el Reglament (UE) 2016/679, del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE i a la normativa de protecció de dades de caràcter personal i a la normativa de desenvolupament, en tot allò que no contradigui a l'esmentat Reglament.

5.5 – Organització del servei

El contractista designarà un Responsable del Servei que serà l'interlocutor amb l'INCAVI durant el període de vigència del contracte. Per part de l'INCAVI, el responsable pel compliment del contracte és Pol Oliva Solé.

5.6 – Avaluació del servei

L'INCAVI es reserva el dret d'efectuar totes les consultes que consideri necessàries per comprovar la capacitat professional del personal tècnic assignat al servei.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

5.7 – Recursos humans i materials

El contractista posarà a disposició de l'INCAVI durant tot el període de vigència del contracte, els recursos humans i materials necessaris per la correcta prestació dels serveis objecte del contracte.

Durant aquest període, serà responsabilitat del contractista cobrir les eventuais baixes i substitucions, sense que la qualitat del servei se'n vegi afectada. De manera concreta, el contractista es compromet a no deixar desatesos els perfils descrits per un període superior a un dia.

Qualsevol baixa temporal o de substitució dins l'equip de treball, haurà d'estar justificada documentalment i coberta pel contractista amb un nivell equivalent. Si, per qualsevol raó, aquestes condicions no es compleixen, serà el contractista que se'n farà càrrec, descomptant-se de la facturació l'import proporcional corresponent. La substitució de les persones assignades al servei només es podrà fer amb autorització prèvia i expressa de la persona designada com a responsable del present contracte.

El contractista es farà càrrec de la formació específica necessària i el traspàs de coneixement del nou personal assignat, per tal que aquest pugui desenvolupar el servei òptimament, minimitzant l'impacte del canvi.

En el cas que l'INCAVI consideri explícitament que la persona assignada no compleix amb els objectius i tasques objecte del contracte, li comunicarà al contractista, quedant aquesta promesa a substituir-la per un altra que compleixi els requisits establerts, en un màxim de 10 dies hàbils.

6- Control i seguiment del contracte

En qualsevol moment i sense previ avís, el responsable del contracte de l'INCAVI podrà obtenir del responsable del servei nomenat pel contractista tota la informació que consideri necessària per la correcta execució del contracte.

7 – Protecció medi ambiental, social i laboral

L'empresa contractista haurà d'observar la normativa vigent en matèria mediambiental, social i laboral de conformitat amb la clàusula 29 del PCAP.

8- Propietat intel·lectual

El contractista cedirà a l'INCAVI gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de la documentació que es generi en l'execució del contracte, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció, i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



INCAVI

Institut Català de la Vinya i el Vi

Plaça Àgora, 2-3
08720 Vilafranca del Penedès
Tel. +34 93 890 02 11
Fax +34 93 817 59 79

El contractista cedirà també la propietat dels suports de les obres. La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes de que l'INCAVI, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades amb relació a les actuacions objecte del contracte (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics i similars), pugui enregistrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals i similars) per persones o empreses que hagin estat subcontractades pel contractista, en el seu cas, i a aquest efecte, haurà d'acreditar la cessió esmentada.

A més, el contractista assumeix l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'INCAVI pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda amb relació al contracte, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

L'adjudicació de la prestació del present servei implica la formalització de les cessions previstes en aquest apartat.

9 – Sistema de pagament

El pagament al contractista s'ha d'efectuar en els terminis i condicions establerts en la clàusula 27 del PCAP.

En aquest sentit, els serveis seran facturats per mes vençut, segons les hores mensuals realitzades per l'adjudicatari i pel preu adjudicat, un cop executades cadascuna de les activitats que conformen l'objecte del contracte.

Les factures presentades se sotmetran a aprovació, pel que fa al concepte inclòs com a servei prestat i execució, del responsable del contracte.

10 – Durada del contracte

La vigència del present contracte s'estendrà des de l'1 de juny de 2023, o des de la data d'adjudicació si aquesta és posterior, al 31 de desembre de 2023.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**