



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme  
Costa Brava Girona



APROVAT

---

## Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació del servei de màrqueting online del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació, subjecte a regularització harmonitzada i amb caràcter ordinari

---

JORDI BATLLORI I NOUVILAS (3 de 3)  
Secretari  
Data signatura: 08/09/2023 13:47:35  
HASH: 9131CD63CCBE64064E51DCFBDBEC1BA10E96D39A

TURISME - VÍCTOR GOTIA SERRA (2 de 3)  
Cap de màrqueting  
Data signatura: 08/09/2023 9:22:19  
HASH: 9131CD63CCBE64064E51DCFBDBEC1BA10E96D39A

TURISME - BERTA PORCAR GUMBERT (1 de 3)  
Responsable Online  
Data signatura: 08/09/2023 7:59:24  
HASH: 9131CD63CCBE64064E51DCFBDBEC1BA10E96D39A



## 1. ANTECEDENTS

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona (en endavant Patronat o PTCBG) té com a objectius actuar de plataforma de promoció i difusió de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona en els principals mercats emissors. Així mateix, l'entitat dona suport a les institucions i a tot l'empresariat del territori en l'estructuració i en la comercialització dels productes i serveis turístics, i vetlla per la millora de la competitivitat constant i per la sostenibilitat del desenvolupament de l'activitat turística.

El Patronat estructura l'oferta turística, segons els interessos concrets i específics de la motivació de viatge, mitjançant els diferents Clubs de Producte que, actualment, agrupen més de vuit-centes empreses i institucions del sector turístic gironí.

Els clubs de màrqueting i de producte del Patronat són els següents:

- Natura i Turisme Actiu
- Cultura i Identitat
- Salut i Benestar
- Ruta del Vi DO Empordà
- Enogastronomia
- Unique – Premium
- Costa Brava Girona Convention Bureau (MICE)
- Club de Golf
- Club de Turisme Esportiu

Podeu consultar la missió, visió i valors de cada club al següent enllaç:  
<https://products.costabrava.org/>

El Patronat aposta per la sostenibilitat, la digitalització i la innovació en les formes i els continguts de la seva promoció, amb especial incidència en els formats online, per poder arribar als segments de mercat més específics i en les diferents fases dels processos del viatge dels turistes a les comarques gironines.

Així doncs, segons el Pla d'Accions 2023 del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, l'estratègia online continua sent un element clau a l'hora de posicionar i donar suport a la comercialització dels diferents serveis i empreses del sector turístic gironí.

Sota els diferents canals online propis, el Patronat vol estar present en les diferents fases de l'experiència digital del viatger (customer journey), en el pre-durant-post viatge (Explorar, Planificar, Reservar, Experimentar i Compartir), aportant tota la informació i servei que necessiti per tal d'ajudar-lo a planificar i gaudir de la seva estada a la destinació.





## 2. OBJECTE

L'objecte de la present licitació és la contractació de diversos serveis pel departament de màrqueting online, com la gestió de les xarxes socials, la creació de continguts redaccionals i audiovisuals i la gestió de l'estratègia d'email màrqueting del Patronat.

La licitació es divideix en 4 lots:

- **Lot 1.** Gestió dels comptes B2C d'Instagram, Facebook i Twitter del Patronat i dels clubs de producte i dels comptes B2B de LinkedIn
- **Lot 2.** Gestió del compte de TikTok del Patronat.
- **Lot 3.** Gestió de les campanyes d'email marketing B2B i B2C del Patronat i dels clubs de producte.
- **Lot 4.** Creació de contingut redaccional pel blog i les webs del Patronat.

Les empreses licitadores es podran presentar i adjudicar com a màxim a dos lots.

## 3. CARACTERÍSTIQUES TÈCNIQUES

### 3.1- LOT 1: GESTIÓ DELS COMPTES I CREACIÓ DE CONTINGUT AUDIOVISUAL: INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER I LINKEDIN DEL PATRONAT I DELS CLUBS DE PRODUCTE.

Els comptes genèrics de xarxes socials que es gestionaran són els següents:

#### GESTIÓ DE XARXES B2C

Instagram:

- @costabravapirineu
- @foodcostabrava

Facebook:

- @costabravapirineudegirona

Twitter:

- @costabrava

#### GESTIÓ DE XARXES B2B

Linkedin:





- @Costa Brava Training Camps (a crear)
- @Costa Brava Girona Convention Bureau

### 3.1.1- OBJECTIUS

A nivell de gestió de xarxes socials definim els següents objectius:

- Donar a conèixer la destinació i l'oferta turística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, així com dels membres dels diferents Clubs de Producte, des de les vessants inspiracional, experiencial i educativa .
- Generar comunitat online.
- Incrementar la comunitat i millorar l'engagement a les xarxes socials.
- Transmetre els valors de la marca a través del contingut en xarxes: autenticitat, qualitat, diversitat, sostenibilitat i professionalitat.
- Atraure més audiència internacional a les xarxes socials.
- Generar contingut de valor, rellevant i veraç.
- Incrementar l'ús de les etiquetes #InCostaBrava i #InPyrenees per part dels usuaris.
- Comunicar el concepte Viu el Doble de manera coherent i contundent.
- Comunicar més contingut propi.
- Impactar els segments i perfils turístics amb contingut de qualitat.
- Captar més leads (adreces de correu, visites a les webs...).
- Impactar a les audiències en els diferents fases del Customer Journey.

### 3.1.2- CONEIXEMENTS I REQUERIMENTS TÈCNICS EXIGITS

#### A) Idiomes requerits:

- Català: Natiu, en el cas de persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de català, acreditant-lo amb el nivell de suficiència (nivell C) de la Direcció General de Política Lingüística, o equivalent.
- Castellà: Natiu, en el cas de ser persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de castellà, i acreditar el nivell de suficiència (nivell C) amb el certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes, amb certificat conforme han cursat primària, secundària i/o batxillerat a l'Estat espanyol, o equivalent.
- Anglès: Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent.





- **Francès:** Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent.\*

\*En relació a la justificació del nivell de llengua francesa, si l'adjudicatari no disposa de personal que domini aquella llengua, s'haurà d'encarregar de contractar els serveis de traducció del contingut i assumir-ne els costos.

## B) Coneixements requerits:

- **Oferta turística** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- **Oferta enogastronòmica** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- **Oferta MICE i de turisme esportiu** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- Característiques i comportaments dels **públics objectius de la destinació**.
- Coneixement de **comunicació online**.
- **Tendències de marketing online**.
- Posicionament **SEO** a cercadors.
- **Plataformes socials:** Instagram, Facebook i Twitter.
- **Plataformes socials per a públic professional:** LinkedIn.
- Coneixement d'**eines de calendarització** de posts. El Patronat treballa amb l'eina Onlypult de calendarització de posts a les xarxes socials. L'adjudicatari haurà d'empresar aquesta eina.
- **Eines** de comunicació i marketing online.
- **Redacció de continguts/copies per xarxes socials**, tant a nivell institucional com promocional.
- **Disseny gràfic** per creació/adaptacions de continguts per xarxes socials - **Paquet Adobe (Photoshop i Illustrator)**.
- Edició de **vídeo**.
- Coneixement de **producció de contingut audiovisual**.
- Eines **d'analítica i monitorització de perfils i plataformes socials**.

## C) Equip tècnic requerit:

Les empreses licitadores hauran de garantir que l'equip tècnic estarà integrat per un mínim de:

- (1) **tècnic en community management** especialitzat en gestió de contingut per **públic final (Instagram, Facebook i Twitter)** amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació i gestió de xarxes socials.
- (1) **tècnic en community management** especialitzat en gestió de contingut en **LinkedIn per públic professional** amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació i gestió de xarxes socials.
- (1) **tècnic de creació i edició de contingut audiovisual** amb una experiència mínima de 3 anys en gestió i edició de contingut audiovisual.





Així mateix, es requereix un **cap de projecte**, qui serà l'encarregat de centralitzar les relacions entre l'empresa i el Patronat de forma que, entre d'altres coses, haurà de gestionar totes les peticions de serveis requerits, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs i el compliment de terminis i la supervisió i organització de les mateixes, i disposar d'una experiència mínima de cinc anys en comunicació i gestió de xarxes socials.

En relació a l'equip tècnic, els rols de **tècnic en community management** especialitzat en gestió de contingut per **públic final (Instagram, Facebook i Twitter)** i el de **tècnic en community management** especialitzat en gestió de contingut en LinkedIn per **públic professional** podran recaure o no en la mateixa persona, mentre que el de **tècnic de creació de contingut audiovisual** no podrà coincidir amb els altres perfils. Pel que fa al **cap de projecte**, podrà coincidir amb algun dels altres perfils requerits.

#### D) Recursos tècnics:

L'adjudicatari haurà de disposar de la llicència del paquet Adobe (Photoshop i Illustrator).

### 3.1.3.- SERVEIS TÈCNICS REQUERITS

#### GESTIÓ DE XARXES B2C

##### A) Planificació estratègica:

La planificació estratègica es treballarà de forma conjunta amb el personal del Departament de Marketing Online del Patronat, qui marcarà les línies estratègiques de la promoció online.

- **Elaboració d'una campanya estratègica anual de creació de continguts i posicionament de la destinació** segons els objectius i valors de la destinació per els perfils socials esmentats.
- **Definició consensuada amb el Patronat dels públics objectius.**
- **Segmentació de públics** per adaptació dels continguts.
- Definició de les **bases informatives per a la creació de contingut - briefings propostes de creació de continguts.**
- Creació d'un **calendari per accions planificades.**
- **Recerca d'actors influents i creadors de contingut interessants per la destinació** a les xarxes socials i mitjans online.
- Millora contínua de l'**engagement** a les xarxes socials.
- Proposta d'accions per l'**adquisició de nous seguidors** i increment de la comunitat digital.







- **Proposta d'accions per l'increment d'ús de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** a les xarxes, per part dels usuaris i millora de la complementarietat de marques Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Identificació d'**oportunitats comunicatives**.
- Proposta de **campanyes de difusió** per donar a conèixer l'oferta turística de la destinació.
- Elaboració i implementació de propostes de comunicació per a propòsits específics.

#### B) Recopilació de continguts per difusió online a Instagram, Facebook, Twitter:

- Continguts d'actualitat d'interès pel públic local i públic internacional.
- Continguts d'agenda cultural d'interès pel públic local.
- Continguts inspiracionals per tots els públics.
- Continguts publicats amb les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees.
- Continguts sobre la destinació generats per tercers.
- Continguts sobre la destinació aportats pel Patronat i les secretaries tècniques.
- Continguts que incentivin l'engagement i la participació dels usuaris.
- Continguts que aportin tràfic a les webs gestionades pel Patronat.
- Continguts que aportin tràfic als altres comptes socials del Patronat.

#### C) Creació de contingut per difusió online:

##### Instagram

- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà i anglès, prioritzant el català i l'anglès.
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- **Obtenció de fotografies o vídeos** que acompanyin el text. Pot ser amb imatges **pròpies**, de **tercers** o a partir de l'**arxiu d'imatges del Patronat**. Aquests hauran de ser de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril) i/o vídeos. Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual.
- **Cobertura d'esdeveniments puntuals** del Patronat com poden ser els festivals, accions promocionals, entre d'altres per obtenir contingut - stories, reels recopilatoris.
  - **Gravació i edició de contingut audiovisual** necessari per publicar a les xarxes socials
- **Disseny gràfic per adaptació** - utilitzant les **plantilles i el manual estètic digital** del Patronat. Podeu consultar el manual estètic digital a: [https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF).
- **Edició** de vídeos a partir del material obtingut amb la recopilació d'audiovisuals.





- **Locució** de veu en off als vídeos/stories/reels si s'escau.
- **Subtitulació** de vídeos/stories/reels si s'escau.
- **Inclusió d'enllaços d'interès** a webs i blogs al contingut publicat fomentant el tràfic als webs propis.
- **Menció i etiquetatge d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.
- **Utilització i difusió de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** i altres etiquetes de campanyes específiques designades pel Patronat.
- **Complementar** el contingut de xarxes amb el disponible als altres canals del Patronat - experiències del web, articles de blog. Cal mantenir un equilibri de continguts de les marques **Costa Brava i Pirineu de Girona**.
- Cal mantenir un equilibri de continguts comercials dels **diferents productes turístics i els membres de cada club**.
- Cal introduir continguts **inspiracionals, educacionals i comercials** de destinació.
- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada post.
- Creació de vídeos de diferents tipologies, oferint **varietat de continguts**.
- Optimització **SEO** del contingut per la millora del posicionament als cercadors (redacció, gestió de títols, descripcions, hashtags, optimització de la biografia).

### Facebook

El manteniment d'aquest perfil respondrà principalment a les campanyes de Social Ads que el Patronat duu a terme, per tant la generació de contingut en aquest perfil serà mínima.

- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà i anglès.
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- **Obtenció de fotografies o vídeos** que acompanyin el text. Pot ser amb imatges **pròpies**, de **tercers** o a partir de l'**arxiu d'imatges del Patronat de Turisme**. En tots els casos caldrà disposar dels permisos pertinents per a la publicació de la fotografia i incloure els crèdits d'autoria que corresponguin. Aquests hauran de ser de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril) i/o vídeos. Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual.
- **Disseny gràfic per creació i adaptació** - utilitzant les **plantilles i el manual estètic digital** del PTCBG. Podeu consultar el manual estètic digital a: [https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF).
- **Inclusió d'enllaços d'interès** a webs i blogs al contingut publicat.
- **Menció i etiquetatge d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.







- **Utilització i difusió de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** i altres etiquetes de campanyes específiques designades pel Patronat.
- **Complementar** el contingut de xarxes amb el disponible als altres canals del Patronat - experiències del web, articles de blog.
- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada post.

## Twitter

El manteniment d'aquest perfil respondrà principalment a les campanyes de Social Ads que el Patronat duu a terme, junt amb informació d'agenda d'activitats d'empreses membres i municipis de la demarcació i vinculació a experiències i articles del web, (per tant la generació de contingut en aquest perfil serà mínima).

- **Redacció dels continguts/copies** en català i castellà.
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- **Obtenció de fotografies o vídeos** que acompanyin el text (de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril). Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual. En tots els casos caldrà incloure els crèdits d'autoria que corresponguin.
- **Disseny gràfic per creació i adaptació** - utilitzant les **plantilles i el manual estètic digital** del Patronat. Podeu consultar el manual estètic digital a: [https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF).
- **Inclusió d'enllaços d'interès** a webs i blogs al contingut publicat.
- **Menció i etiquetatge d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.
- **Utilització i difusió de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** i altres etiquetes de campanyes específiques designades pel Patronat.
- **Complementar** el contingut de xarxes amb el disponible als altres canals del Patronat - experiències del web, articles de blog.
- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada post.

## D) Publicació i programació de tots els continguts a Instagram, Facebook i Twitter

### Instagram

- Actualització del perfil **Linktree** de Patronat i assegurar-se que mostra tot el contingut rellevant necessari.





- El nombre mínim de publicacions anuals pels perfils de públic final d'Instagram són les següents:

|                    | Total | De creació pròpia | Total   | De creació pròpia | Total | De creació pròpia |
|--------------------|-------|-------------------|---------|-------------------|-------|-------------------|
|                    | Posts |                   | Stories |                   | Reels |                   |
| @costabravapirineu | 156   | 78                | 208     | 104               | 52    | 52                |
| @foodcostabrava    | 104   | 52                | 104     | 52                | 52    | 52                |

Es considera contingut de creació pròpia aquell que requereixi el desplaçament de l'adjudicatari per a la creació i filmació de contingut audiovisual inèdit de la destinació.

#### @costabravapirineu

- Publicació de **posts** (fotos i vídeos), mínim **3** publicacions setmanals.
- Publicació de **stories** (fotos i vídeos), mínim **4** publicacions a la setmana.
- Publicació de **reels** als perfils d'Instagram, mínim **1** publicació a la setmana.

#### @foodcostabrava

- Publicació de **posts** (fotos i vídeos), mínim **2** publicacions setmanals.
- Publicació de **stories** (fotos i vídeos), mínim **2** publicacions a la setmana.
- Publicació de **reels** als perfils d'Instagram, mínim **1** publicació a la setmana.

Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de marketing online del PTCBG bisetmanalment i amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### Facebook

- Programació a Facebook** per mantenir el perfil actiu per paid media. Mínim **1** publicació setmanal (**52** anuals) combinant publicacions per públic de proximitat i internacional.

Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de marketing online del PTCBG bisetmanalment i amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### Twitter





- **Programació a Twitter**, per mantenir el perfil actiu per paid media. Mínim 2 publicacions setmanals (**104** anuals) combinant publicacions per públic de proximitat i internacional.

Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de marketing online del PTCBG bisetmanalment i amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### E) Seguiment dels resultats de les publicacions i dels comptes Instagram, Facebook, Twitter

##### Instagram

- Seguiment de les publicacions i stories a Instagram - **likes, comentaris, interacció i insights**.
- Seguiment del **creixement del compte**: tràfic, seguidors, visualitzacions, abast.
- Identificació de **perfils que publiquin continguts sobre l'oferta turística de la destinació** - interacció amb els perfils identificats.
- Identificació dels **usuaris més influents** - proposar perfils interessants per blogtrips.
- Identificació de les **publicacions** amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels **formats de publicacions** amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels **dies i hores de publicació** amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Seguiment a **Google Analytics** sobre el tràfic social rebut a les webs del Patronat.

##### Facebook i Twitter

- Seguiment de les publicacions de **Facebook** - **likes, comentaris, interacció i insights**.
- Seguiment de les publicacions de **Twitter** - **likes, comentaris, interacció i insights**.
- Seguiment del **creixement dels comptes**: tràfic, seguidors, visualitzacions, abast.
- Seguiment a **Google Analytics** sobre el tràfic social rebut a les webs del Patronat.
- Identificació de **pàgines i perfils que publiquin continguts sobre l'oferta turística de la destinació**.
- Identificació de les **publicacions** amb millors resultats.
- Identificació dels **formats de publicacions** amb millors resultats.
- Identificació dels **dies i hores de publicació** amb millors resultats.

#### F) Monitorització dels continguts publicats sobre #inCostaBrava i #inPyrenees:

- Seguiment dels **continguts sobre la destinació** publicats a les plataformes Instagram, Facebook i Twitter. Utilització d'eines de monitorització.





- Monitorització de les etiquetes **#inCostaBrava** i **#inPyrenees** i altres etiquetes específiques d'esdeveniments i campanyes.
- Detecció dels **temes més populars i conflictius**.

#### G) Gestió de comentaris i peticions a Instagram, Facebook, Twitter:

- Seguiment dels **comentaris publicats** a Instagram, Facebook i Twitter.
- Seguiment de les **mentions i etiquetatges** a Instagram, Facebook i Twitter.
- Resposta als **comentaris i mencions** a Instagram, Facebook i Twitter.
- Comunicació amb el Patronat sobre els **comentaris o mencions negatius o conflictius** per acordar la millor resposta.
- Seguiment i **resposta als missatges** rebuts a Instagram, Facebook i Twitter.

#### H) Assessorament per millorar la base de dades d'influencers i creadors de continguts:

- Proposta d'**inclusió de nous registres** a la base de dades.
- **Cerca de perfils de creadors de continguts** de segments i mercats concrets.
- Assessorament i cerca de perfils per **blogtrips**.

### GESTIÓ DE XARXES B2B DE LINKEDIN

#### A) Planificació estratègica:

La planificació estratègica es treballarà de forma conjunta amb el personal del Departament de Marketing Online del Patronat, qui marcarà les línies estratègiques de la promoció online.

- **Elaboració d'una campanya estratègica de creació de continguts i estratègia de posicionament de la destinació** segons els objectius i valors de la destinació per els perfils socials esmentats.
- Definició consensuada amb el Patronat dels **públics objectius**.
- **Segmentació de públics** per adaptació dels continguts.
- Definició de les **bases informatives per a la creació de contingut - briefings propostes de creació de continguts**.
- Creació d'un **calendari per accions planificades**.
- Millora contínua de l'**engagement** a LinkedIn.
- Proposta d'accions per l'**adquisició de nous seguidors** i increment de la comunitat digital.
- **Proposta d'accions per l'increment d'ús de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** a les xarxes, per part dels usuaris i millora de la complementarietat de marques Costa Brava i Pirineu de Girona.





- Identificació d'**oportunitats comunicatives**.
- Proposta de **campanyes de difusió** per donar a conèixer l'oferta turística MICE i de turisme esportiu de la destinació.
- Elaboració i implementació de **proposes de comunicació per a propòsits específics**.

## B) Recopilació de continguts per difusió online a LinkedIn:

- Continguts d'actualitat d'interès pel públic professional nacional i internacional
- Continguts sobre la destinació generats per tercers
- Continguts sobre la destinació aportats pel Patronat i les secretaries tècniques
- Continguts que incentivin l'engagement i la participació dels usuaris
- Continguts que aportin tràfic a les webs gestionades pel Patronat

## C) Creació de contingut per difusió online:

- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà, anglès i francès
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- **Obtenció de fotografies o vídeos** que acompanyin el text. Pot ser amb imatges **pròpies**, de **tercers** o a partir de l'**arxiu d'imatges del Patronat**. Aquests hauran de ser de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril) i/o vídeos. Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual.
- **Cobertura d'esdeveniments puntuals** del Patronat com poden ser els festivals, accions promocionals, entre d'altres per obtenir contingut.
  - **Gravació i edició de contingut audiovisual** necessari per publicar a LinkedIn.
- **Disseny gràfic per creació i adaptació** - utilitzant les **plantilles i el manual estètic digital** del Patronat. Podeu consultar el manual estètic digital a: [https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF).
- **Edició de vídeos** a partir del material obtingut amb la recopilació d'audiovisuals.
- **Inclusió d'enllaços d'interès** a webs i blogs al contingut publicat fomentant el tràfic als webs propis.
- **Menció i etiquetatge d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.
- **Utilització i difusió de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** i altres etiquetes de campanyes específiques designades pel Patronat.





- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada post.
- Creació de vídeos de diferents tipologies, oferint **varietat de continguts**.
- Cal mantenir un equilibri de continguts de les marques **Costa Brava i Pirineu de Girona**.
- Cal mantenir al dia les publicacions segons **tendències del sector i esdeveniments del moment**.

#### D) Publicació i programació de tots els continguts a LinkedIn:

- Publicació de **posts** (fotos i vídeos), mínim **104 publicacions anuals a cada un dels perfils**, segons el següent detall:

|                                      | Total | De creació pròpia |
|--------------------------------------|-------|-------------------|
|                                      | Posts |                   |
| Costa Brava Girona Convention Bureau | 104   | 36                |
| Costa Brava Training Camps           | 104   | 36                |

Es considera contingut de creació pròpia aquell que requereixi el desplaçament de l'adjudicatari per a la creació i filmació de contingut audiovisual inèdit de la destinació.

Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de marketing online del PTCBG bisetmanalment i amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### E) Seguiment dels resultats de les publicacions i dels comptes a LinkedIn:

- Seguiment de les publicacions a **LinkedIn - likes, comentaris, interacció i insights**.
- Seguiment del **creixement del compte**: tràfic, seguidors, visualitzacions, abast.
- Identificació de **perfils** que publiquin continguts sobre l'oferta de la destinació - interacció amb els perfils identificats.
- Identificació dels **usuaris més influents** - proposar perfils interessants per blogtrips.
- Identificació de les **publicacions** amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels **formats de publicacions** amb millors resultats - assessorament estratègic.







- Identificació dels **dies i hores** de publicació amb millors resultats - assessorament estratègic.

#### F) Participació en la gestió de comentaris i peticions a LinkedIn:

- Seguiment dels **comentaris publicats**.
- Seguiment de les **mentions i etiquetats**.
- Resposta als **comentaris i mencions**.
- Comunicació amb el Patronat sobre els **comentaris o mencions negatius o conflictius** per acordar la millor resposta.
- Seguiment i **resposta als missatges** rebuts.

### 3.1.4- INFORMES

L'adjudicatari haurà d'elaborar els següents informes, **fent distinció entre els perfils B2C i B2B:**

- **Elaboració d'una campanya estratègica de creació de continguts i estratègia de posicionament de la destinació** segons els objectius i valors de la destinació per als perfils socials esmentats. A presentar la primera setmana de desembre de l'any anterior. Aquest informe haurà d'incloure també:
  - Aportació de noves idees per millorar els resultats dels perfils i pàgines.
  - Identificació de noves tendències a aplicar a les diferents xarxes socials.
  - Propostes per millorar l'engagement.
  - Propostes de nous formats de publicacions i continguts.
  - Propostes de generació de nous continguts.
- Realització d'un **informe mensual** de resultats. Aquest informe haurà de contenir com a mínim:
  - L'evolució dels diferents comptes.
  - Resultats de monitorització, amb temes principals, continguts més populars, publicacions amb més engagement, continguts negatius, usuaris més influents, etc.
  - Detecció dels continguts més destacats
  - Conclusions i assessorament mensual per millorar l'estratègia de posicionament a les xarxes socials (Instagram, Facebook, Twitter i LinkedIn).
- **Informe de tancament d'any i propostes de millores**
  - Creació d'un informe anual de tancament amb resultats globals de la gestió de xarxes socials a entregar durant el mes de gener de l'any següent.





### 3.2.- LOT 2: SERVEI DE GESTIÓ DEL COMPTE I CREACIÓ DE CONTINGUT AUDIOVISUAL DEL COMPTE DE TIKTOK DEL PATRONAT

El compte genèric de la plataforma social TikTok que es gestionarà és el següent:

**@costabravapirineu**

#### 3.2.1- OBJECTIUS

A nivell de gestió de TikTok es defineixen els següents objectius:

- Donar a conèixer la destinació i l'oferta turística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, així com dels membres dels diferents Clubs de Producte, des de les vessants inspiracional, experiencial i educativa.
- Generar comunitat online.
- Incrementar la comunitat i millorar l'engagement a TikTok.
- Transmetre els valors de la marca a través del contingut en xarxes: autenticitat, qualitat, diversitat i sostenibilitat.
- Atraure més audiència internacional a TikTok.
- Generar contingut de valor, rellevant i veraç.
- Incrementar l'ús de les etiquetes #InCostaBrava i #InPyrenees per part dels usuaris.
- Comunicar el concepte Viu el Doble de manera coherent i contundent.
- Impactar els segments i perfils turístics amb contingut de qualitat.
- Captar més leads (adreces de correu, visites a les webs...).
- Impactar a les audiències en els diferents fases del Customer Journey.
- Fomentar col·laboracions amb perfils estratègics.

#### 3.2.2- CONEIXEMENTS I REQUERIMENTS TÈCNICS EXIGITS

##### A) Idiomes requerits:

- Català: Natiu, en el cas de persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de català, acreditant-lo amb el nivell de suficiència (nivell C) de la Direcció General de Política Lingüística, o equivalent.
- Castellà: Natiu, en el cas de ser persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de castellà, i acreditar el nivell de suficiència (nivell C) amb el certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes, amb certificat conforme han cursat primària, secundària i/o batxillerat a l'Estat espanyol, o equivalent.





- Anglès: Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent.

## B) Coneixements requerits:

- **Oferta turística** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- Característiques i comportaments dels **públics objectius de la destinació**.
- Coneixement de **comunicació online**.
- **Tendències de marketing online**.
- Posicionament **SEO** a cercadors.
- **Xarxes socials: en específic de la plataforma TikTok**.
- **Eines** de comunicació i marketing online.
- **Redacció de continguts/copies per TikTok**, tant a nivell institucional com promocional.
- Coneixement **de gravació i edició de vídeo**.
- Eines **d'analítica i monitorització**.
- Coneixement d'**eines de calendarització** de posts. El Patronat treballa amb l'eina Onlypult de calendarització de posts a les xarxes socials. L'adjudicatari haurà d'empregar aquesta eina.
- Monitorització de continguts sobre les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, així com d'esdeveniments concrets, a través de les xarxes socials.

## C) Equip tècnic requerit:

Les empreses licitadores hauran de garantir que l'equip tècnic estarà integrat per un mínim de:

- (1) **tècnic en community management**, amb una experiència mínima de **2 anys** en comunicació online i gestió de TikTok.
- (1) **tècnic de creació de contingut audiovisual** (fotografia i vídeo) amb una experiència mínima de **2 anys** en gestió i edició de contingut audiovisual.

Així mateix, es requereix un **cap de projecte**, qui serà l'encarregat de centralitzar les relacions entre l'empresa i el Patronat de forma que, entre d'altres coses, haurà de gestionar totes les peticions de serveis requerits, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs, el compliment de terminis i la supervisió i organització de les mateixes, i disposar d'una experiència mínima de **2 anys** en comunicació i gestió de la xarxa Tik Tok.





Tots els rols poden recaure o no en una mateixa persona.

### 3.2.3.- SERVEIS TÈCNICS REQUERITS

#### A) Planificació estratègica:

La planificació estratègica es treballarà de forma conjunta amb el personal del Departament de Marketing Online del Patronat, qui marcarà les línies estratègiques de la promoció online.

- **Elaboració d'una campanya estratègica de creació de continguts i posicionament de la destinació** segons els objectius i valors de la destinació i proposant diferents **tipus de vídeos** segons les tendències de la plataforma.
- Definició consensuada amb el Patronat dels **públics objectius**.
- Definició de les **bases informatives per a la creació de contingut - briefings. Propostes de creació de continguts.**
- Creació d'un **calendari per accions planificades**.
- **Recerca d'actors influents** a TikTok.
- Millora contínua de l'**engagement**.
- Proposta d'accions per l'**adquisició de nous seguidors** i increment de la comunitat digital.
- **Proposta d'accions per l'increment d'ús de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees**, per part dels usuaris i millora de la complementarietat de marques Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Identificació d'**oportunitats comunicatives**.
- Proposta de **campanyes de difusió** per donar a conèixer l'oferta turística de la destinació.
- Elaboració i implementació de propostes de comunicació per a propòsits específics.

#### B) Recopilació de continguts per difusió online:

- Continguts d'actualitat d'interès pel públic nacional i internacional.
- Continguts d'agenda cultural d'interès pel públic local.
- Continguts inspiracionals per tots els públics.
- Continguts publicats amb les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees.
- Continguts sobre la destinació generats per tercers.
- Continguts que incentivin l'engagement i la participació dels usuaris.
- Continguts que aportin tràfic a les webs gestionades pel Patronat.
- Continguts que aportin tràfic als altres comptes socials del Patronat.

#### C) Creació de continguts per difusió online a TikTok:





- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà i anglès.
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- **Obtenció de fotografies o vídeos** que acompanyin el text. Pot ser amb imatges **pròpies**, de **tercers** o a partir de l'**arxiu d'imatges del Patronat**. Aquests hauran de ser de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril) i/o vídeos. Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual.
  - **Cobertura d'esdeveniments puntuals** del Patronat com poden ser els festivals, accions promocionals, entre d'altres per obtenir contingut.
  - **Gravació i edició de contingut audiovisual** necessari per publicar a TikTok.
- **Edició fotogràfica** per a retoc d'imatges si s'escau.
- **Edició de vídeos a partir del material obtingut** propi o del PTCBG - creació/maquetació del TikTok.
- **Locució** de veu en off als vídeo si s'escau.
- **Subtitulació** de vídeos si s'escau.
- **Inclusió d'enllaços d'interès** a webs i blogs al contingut publicat.
- **Menció i etiquetatge d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.
- **Utilització i difusió de les etiquetes #inCostaBrava i #inPyrenees** i altres etiquetes de campanyes específiques designades pel Patronat.
- **Crear** el contingut del TikTok i **calendaritzar-lo** tinguent en compte el material disponible als altres canals del Patronat - experiències del web, articles de blog.
- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada vídeo.
- Creació de posts de diferents tipologies, oferint **varietat de continguts**.
- Optimització **SEO** del contingut per la millora del posicionament als cercadors (redacció, gestió de títols, definició de les imatges, optimització de les biografies dels perfils).
- Cal mantenir un equilibri de continguts de les marques **Costa Brava i Pirineu de Girona**.
- Cal mantenir un equilibri de continguts comercials dels **diferents productes turístics i els membres de cada Club**.
- Cal introduir continguts **inspiracionals, educacionals i comercials** de destinació.

#### D) Publicació i programació de tots els continguts a TikTok:

- Creació mínima de **156 peces anuals**.





Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de marketing online del PTCBG bisetmanalment i amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### E) Seguiment dels resultats de les publicacions i del perfil de TikTok:

- Seguiment de les publicacions i stories a **TikTok** - **likes, comentaris, interacció i insights**.
- Seguiment del **creixement del compte**: tràfic, seguidors, visualitzacions, abast.
- Identificació de **perfils** que publiquin continguts sobre l'oferta turística de la destinació - interacció amb els perfils identificats.
- Identificació dels **usuaris més influents** - proposar perfils interessants per col·laboracions.
- Identificació de les **publicacions** amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels **formats** de publicacions amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels **dies i hores** de publicació amb millors resultats - assessorament estratègic.

#### F) Monitorització dels continguts publicats sobre #inCostaBrava i #inPyrenees:

- Seguiment dels **continguts sobre la destinació** publicats a TikTok.
- Utilització d'**eines de monitorització**.
- Monitorització de les etiquetes **#inCostaBrava** i **#inPyrenees** i altres etiquetes específiques d'esdeveniments i campanyes.
- Detecció dels **temes més populars i conflictius**.

#### G) Participació en la gestió de comentaris i peticions:

- Seguiment dels **comentaris** publicats a TikTok.
- Seguiment de les **mentions i etiquetatges** a TikTok.
- Resposta als **comentaris i mencions** a TikTok.
- Comunicació amb el Patronat sobre els **comentaris o mencions negatius o conflictius** per acordar la millor resposta.
- Seguiment i **resposta als missatges** rebuts a TikTok.

#### H) Assessorament per millorar la base de dades d'influencers i creadors de continguts:

- Proposta d'**inclusió de nous registres** a la base de dades.
- Cerca de **perfils de creadors de continguts** de segments i mercats concrets.







### 3.2.4 INFORMES

L'adjudicatari haurà d'elaborar els següents informes:

- **Elaboració d'una campanya estratègica de creació de continguts i estratègia de posicionament de la destinació** segons els objectius i valors de la destinació per TikTok. A presentar la primera setmana de desembre de l'any anterior. Aquest informe haurà d'incloure també:
  - Aportació de noves idees per millorar els resultats dels perfils i pàgines.
  - Identificació de noves tendències a aplicar a les diferents xarxes socials.
  - Propostes per millorar l'engagement.
  - Propostes de nous formats de publicacions i continguts.
  - Propostes de generació de nous continguts.
- Realització d'un **informe mensual** de resultats. Aquest informe haurà de contenir com a mínim:
  - L'evolució del compte
  - Resultats de monitorització, amb temes principals, continguts més populars, publicacions amb més engagement, continguts negatius, usuaris més influents, etc.
  - Detecció dels continguts més destacats
  - Conclusions i assessorament mensual per millorar l'estratègia de posicionament a TikTok.
- **Informe de tancament d'any i propostes de millores**
  - Creació d'un informe anual de tancament amb resultats globals de la gestió de la xarxa social a entregar durant el mes de gener de l'any següent.

### 3.3.- LOT 3: SERVEI DE GESTIÓ DE CAMPANYES I MAQUETACIÓ D'EMAIL MARKETING

Les bases de dades a gestionar son:

- B2C
  - Genèrica PTCBG - públic final
- B2B
  - Convention Bureau - públic professional
  - Premium - públic professional
  - Genèrica PTCBG - públic professional

Les newsletters es podran enviar en els següents idiomes: català, castellà, anglès i francès.

En aquesta licitació diferenciem entre newsletter i adaptació:





- Es considera **newsletter**, aquell disseny amb contingut original, no duplicat i ideat per la campanya. Implica una maquetació i distribució de continguts redaccional i audiovisual segons s'escaigui.
- Es considera **adaptació**, la traducció d'una newsletter adaptada a un altre idioma.

### 3.3.1- OBJECTIUS

El PTCBG defineix els següents objectius en relació a les campanyes d'email marketing:

- **Gestió de la comunicació relacional amb els subscriptors** via la creació i enviament de **campanyes per correu electrònic** (programades / automatitzades) informatives i inspiradores per als públics objectius del Patronat (públic final i professional) amb informació sobre la oferta de la destinació: activitats, articles de blog, informació pràctica, oferta turística...
- Gestionar les **bases de dades** de les que disposa el Patronat per optimitzar-les: neteja, control d'altres i baixes, entrada i càrrega de contactes, eliminar duplicats...
- **Atraure, generar interès, desig i fer una crida a l'acció**, sobre els públics objectius, incrementant la seva motivació d'escollir Costa Brava i Pirineu de Girona com a destinació.
- **Posicionar les marques Costa Brava i Pirineu de Girona**, com a destinació turística de qualitat, sostenible i amb una gran diversitat d'oferta.
- **Donar a conèixer els productes de la destinació** com a oferta complementària i desestacionalitzadora: natura i turisme actiu, cultura, enogastronomia, turisme premium, turisme de salut i benestar, turisme esportiu, turisme de golf, Ruta del Vi DO Empordà, turisme de negocis.
- Transmetre com a eixos transversals la **sostenibilitat i la inclusivitat** com a elements transversals de la destinació.
- **Maquetació** dels dissenys de les newsletters amb l'objectiu d'aconseguir una **coherència estètica** amb la resta de canals del Patronat seguint la guia d'estil digital, i que podeu consultar a:  
[https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF).
- **Propostes per augmentar les bases de dades** del Patronat - generar **leads de qualitat**.
- Augmentar el % d'**audiència fidelitzada** a les bases de dades del Patronat..

### 3.3.2- CONEIXEMENTS I REQUERIMENTS TÈCNICS EXIGITS

#### A) Idiomes requerits:

- Català: Natiu, en el cas de persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de català, acreditant-lo amb el nivell de suficiència (nivell C) de la Direcció General de Política Lingüística, o equivalent.





- Castellà: Natiu, en el cas de ser persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de castellà, i acreditar el nivell de suficiència (nivell C) amb el certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes, amb certificat conforme han cursat primària, secundària i/o batxillerat a l'Estat espanyol, o equivalent.
- Anglès: Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent.
- Francès: Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell B2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent\*.

(\*) En relació a la justificació del nivell de llengua francesa, si l'adjudicatari no disposa de personal que domini aquella llengua, s'haurà d'encarregar de contractar els serveis de traducció del contingut assumint-ne el cost.

## B) Coneixements requerits:

- **Oferta turística** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- Coneixement de **comunicació online**.
- Tendències de **marketing online**.
- Posicionament **SEO** a cercadors.
- **UX** enfocat a email marketing.
- **Eines** de comunicació i marketing online.
- **Eines** d'enviament de newsletter. Actualment el Patronat treballa amb **Acumbamail**. El Patronat cedirà l'eina a l'adjudicatari des d'on es gestionaran els enviaments.
- Coneixement d'**Email Marketing Automation**.
- **Redacció de continguts/copies** per newsletters.
- **Disseny gràfic** per la maquetació dels newsletters - **Paquet Adobe i HTML**
- Eines d'**anàlisi i monitorització de campanyes**

## C) Equip tècnic requerit:

Les empreses licitadores hauran de garantir que l'equip tècnic estarà integrat per un mínim de:

- (1) **tècnic en e-mail marketing** especialitzat en campanyes per **públic final** amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació online i gestió de campanyes d'email marketing.
- (1) **tècnic en e-mail marketing** especialitzat en campanyes per **públic professional** amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació online i gestió de campanyes d'email marketing.





- (1) **tècnic en disseny gràfic** amb una experiència mínima de 3 anys en disseny gràfic per campanyes d'email marketing.

Així mateix, es requereix un **cap de projecte**, qui serà l'encarregat de centralitzar les relacions entre l'empresa i el Patronat de forma que, entre d'altres coses, haurà de gestionar totes les peticions de serveis requerits, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs, el compliment dels terminis i la supervisió i organització de les mateixes, i disposar d'una experiència mínima de cinc anys en comunicació online i gestió de campanyes d'email marketing.

En relació a l'equip tècnic, els rols de **tècnic en e-mail marketing** especialitzat en campanyes per **públic final** i el de **tècnic en e-mail marketing** especialitzat en campanyes per **públic professional** podran recaure o no en la mateixa persona, mentre que el de **tècnic en disseny gràfic** no podrà coincidir amb els altres perfils. Pel que fa al **cap de projecte**, podrà coincidir amb algun dels altres perfils requerits.

#### D) Recursos tècnics:

L'adjudicatari haurà de disposar de la llicència d'Adobe i HTML

### 3.3.3- SERVEIS TÈCNICS REQUERITS

#### A) Planificació estratègica:

La planificació estratègica es treballarà de forma conjunta amb el personal del departament de Marketing Online del Patronat, qui marcarà les línies estratègiques d'e-mail marketing.

- **Elaboració d'una campanya estratègica d'enviament de newsletters** segons els objectius, públics objectius i valors de la destinació.
- Definició consensuada amb el Patronat de **la segmentació públics objectius**.
- Definició de les bases informatives per a la **creació de contingut - briefings** i de la seva **adaptació en funció de públics objectius**.
- Creació d'un **calendari per accions planificades**.
- Millora contínua de l'**engagement amb els newsletters i dels KPIs principals: ratio d'obertura, ratio de clics i disminuir la ratio de baixes**.
- Proposta d'accions per l'**adquisició de nous leads** i increment de la comunitat digital.
- Assegurar la complementarietat de **marques Costa Brava i Pirineu de Girona**.





- Assegurar la visibilitat i promoció de tots els **productes** de la destinació.
- Identificació d'**oportunitats comunicatives**.
- Proposta de **campanyes de difusió** per donar a conèixer l'oferta turística de la destinació.
- Elaboració i implementació de propostes de campanyes per a **esdeveniments específics** com per exemple els festivals del Patronat.
- Elaboració i implementació de **propostes de campanyes** per donar a conèixer la oferta específica dels membres del Patronat.
- Elaboració i implementació de propostes de campanyes per donar a conèixer els articles del **blog de costabrava.org**.
- Interacció amb **empreses i entitats del territori** per obtenir informacions concretes sobre temes a desenvolupar a cada post.

## B) Recopilació de continguts per difusió online:

- Continguts d'actualitat d'interès pel públic nacional i internacional.
- Continguts d'agenda cultural d'interès pel públic local.
- Continguts inspiracionals per tots els públics.
- Continguts que incentivin l'engagement i la participació dels usuaris.
- Continguts que aportin tràfic a les webs gestionades pel Patronat.
- Continguts que aportin tràfic als comptes socials del Patronat.
- Creació de continguts per difusió online.
- Continguts de l'actualitat pels professionals dels productes de la demarcació juntament amb les secretaries tècniques del club i els tècnics de producte.

## C) Creació de contingut:

- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà, anglès i francès.
  - Revisió **ortogràfica i gramatical** dels continguts.
- Creació de **plantilles personalitzades** per enviaments d'acord amb el manual estètic digital del Patronat (que podeu consultar a [https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL\\_ESTIL\\_PTCBG.PDF](https://fitxers.costabrava.org/contractacio/MANUAL_ESTIL_PTCBG.PDF)), facilitant així que tots els dissenys tinguin una coherència estètica i estructural.
  - Disseny de headers i footers
  - Disseny estructural segons el tipus de comunicat
  - Maquetació adaptada a cada enviament - segons els audiovisuals i el contingut redaccional.
- Obtenció de **fotografies i vídeos** per incorporar a les newsletters. Poden ser de l'arxiu del Patronat o de tercers. Aquests hauran de ser de la classe esmentada a l'article 128 del vigent Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril) i/o vídeos. Podrà fer ús dels fitxers, imatges i vídeos





del Patronat només i exclusivament per a les finalitats exposades en l'objecte i les funcions de la present licitació. Així mateix, el contractista podrà fer servir els seus propis recursos multimèdia, així com de tercers, sempre i quan estigui autoritzat pel Patronat i compleixin la legislació en matèria de propietat intel·lectual.

- **Edició fotogràfica** si s'escau.
- Inclusió d'**enllaços** d'interès per fomentar el tràfic a webs, blogs i xarxes socials.
- **Menció i enllaços d'empreses** membres dels clubs de producte del Patronat, municipis, institucions, agents de promoció turística i usuaris.
- **Crear** els continguts i **calendaritzar-ho** tinguent en compte el material disponible a altres canals del Patronat - experiències web, articles blog...
- Creació de newsletters de **diferents tipologies**, oferint varietat de continguts.
- Optimització del contingut per assegurar una correcta **experiència d'usuari** (paraules clau en la redacció i títols, definició de les imatges, resolucions i pantalles).
- Cal mantenir un equilibri de continguts de les marques **Costa Brava i Pirineu de Girona**.
- Cal mantenir un equilibri de continguts comercials dels **diferents productes turístics i els membres de cada Club**.
- Cal introduir continguts **inspiracionals, educacionals i comercials** de destinació.

#### D) Programació i enviament de les campanyes d'email marketing:

A mode d'estimació, el Patronat preveu els següents enviaments. Aquesta estimació és de màxims, sent no vinculant i quedarà subjecta als requeriments establerts pel Patronat segons les seves necessitats.

|                            | NEWSLETTERS |       | ADAPTACIONS |       |
|----------------------------|-------------|-------|-------------|-------|
|                            | MENSUAL     | ANUAL | MENSUAL     | ANUAL |
| <b>PÚBLIC FINAL</b>        | 2           | 24    | 1           | 12    |
| <b>PÚBLIC PROFESSIONAL</b> | 5           | 60    | 4           | 48    |

Caldrà enviar el contingut proposat per validar per part del departament de màrqueting online del PTCBG amb **mínim dues setmanes d'antelació**.

#### E) Seguiment dels resultats de les campanyes:

- Seguiment de les campanyes: obertures, clics, contingut més rellevant...
- Seguiment del creixement de la base de dades.
- Identificació dels continguts amb millors resultats - assessorament estratègic.







- Identificació dels formats amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Identificació dels dies i hores de publicació amb millors resultats - assessorament estratègic.
- Gestió de la reputació de costabrava.org com a sender (rebots, spam, blacklist, entregabilitat).

#### F) Assessorament per millorar les bases de dades del Patronat:

- Col·laboració en el plantejament tàctic sobre la gestió de les audiències i llistes d'usuaris
- Proposta de maneres de generar leads - estratègia i campanya
- Estratègia de gestió de base de dades i segmentació

### 3.3.4- INFORMES

L'adjudicatari haurà d'elaborar els següents informes:

- **Elaboració d'una campanya estratègica d'enviament de campanyes** segons els objectius del Patronat. A presentar la primera setmana de desembre de l'any anterior. Aquest informe haurà d'incloure també:
  - Aportació de noves idees per millorar els resultats dels enviaments.
  - Identificació de noves tendències a nivell de disseny i maquetació de newsletters.
  - Propostes per millorar la interacció amb els destinataris de les campanyes.
  - Propostes de nous temes.
  - Proposta de calendarització de campanyes.
- Realització d'un **informe mensual** de resultats. Aquest informe haurà de contenir com a mínim:
  - Relació de les newsletters enviades.
  - Resultats dels diferents enviaments (obertures, clics, contingut més rellevant, rebots, spam, blacklist, entregabilitat).
  - Evolució de les diferents bases de dades (altes i baixes)..
  - Detecció dels continguts més destacats.
  - Conclusions i assessorament mensual per millorar l'estratègia de posicionament de destinació.
- **Informe de tancament d'any i propostes de millores**
  - Creació d'un informe anual de tancament amb resultats globals de les campanyes a entregar durant el mes de gener de l'any següent.





### 3.4- LOT 4: SERVEI DE CREACIÓ DE CONTINGUT REDACTAT PELS WEBS I BLOGS DEL PATRONAT

Els llocs webs pels quals es redactarà contingut són els següents:

- Webs públic final:
  - [www.costabrava.org](http://www.costabrava.org) i el respectiu blog del web
- Webs públic professional:
  - <https://trainingcamps.costabrava.org/>
  - <https://premium.costabrava.org/>
  - <https://trade.costabrava.org/>
  - <https://premsa.costabrava.org/>
- LinkedIn (blogs professionals):
  - Costa Brava Tourist Board
  - Training Camps Costa Brava

No obstant, el Patronat podrà requerir textos per altres webs i blogs que no estiguin expressament citats en el detall anterior.

#### 3.4.1- OBJECTIUS

El Patronat defineix els següents objectius en relació al creació de contingut redactat /copywriting:

- **Crear i redactar articles** informatius i inspiradors per als públics objectius (públic final i professional) amb informació sobre l'oferta de la destinació: activitats, atractius, rutes, monuments, etc. als webs i blogs del Patronat.
- **Crear i redactar textos** informatius i inspiradors per als públics objectius (públic final i professional) amb informació sobre l'oferta de la destinació: activitats, atractius, rutes, monuments, etc. als webs del Patronat.
- **Atraure, generar interès, dissenyar i fer una crida a l'acció**, sobre els públics objectius, incrementant la seva motivació d'escollir Costa Brava i Pirineu de Girona com a destinació.
- **Comunicar, difondre i potenciar els públics estratègics** definits juntament amb el Patronat.
- **Posicionar la marca Costa Brava i Pirineu de Girona**, com a destinació turística de qualitat, autèntica i diversa en els principals mercats i zones territorials prioritàries definits pel Pla d'Accions i Objectius anual.
- **Donar a conèixer els productes de la destinació** com a oferta complementària i desestacionalitzadora: natura i turisme actiu, cultura, enogastronomia, turisme premium, turisme de salut i benestar, turisme esportiu, turisme de golf, turisme de Ruta del Vi DO Empordà.





- Posicionar la destinació com a destinació de **turisme familiar i turisme sènior**.
- Transmetre com a eixos transversals la **sostenibilitat i la inclusivitat** com a valors de la destinació.

### 3.4.2- CONEIXEMENTS I REQUERIMENTS TÈCNICS EXIGITS

#### A) Idiomes requerits:

- Català: Natiu, en el cas de persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de català, acreditant-lo amb el nivell de suficiència (nivell C) de la Direcció General de Política Lingüística, o equivalent.
- Castellà: Natiu, en el cas de ser persones estrangeres, hauran d'acreditar coneixements suficients de castellà, i acreditar el nivell de suficiència (nivell C) amb el certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes, amb certificat conforme han cursat primària, secundària i/o batxillerat a l'Estat espanyol, o equivalent.
- Anglès: Natiu, en el cas de no ser-ho haurà d'acreditar estar en possessió del nivell C2 del Marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR) del Consell d'Europa, o equivalent.

#### B) Coneixements requerits:

- **Oferta turística** de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona.
- **Productes** de la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Característiques i comportaments dels **públics objectius de la destinació**.
  - **Públic final**
  - **Públic professional**
- Coneixement de **comunicació online y de copywriting**.
- **Tendències de Marketing online**.
- Posicionament **SEO** a cercadors - cerca i ús de keywords rellevants, optimització del contingut i audiovisuals.
- **User experience (UX)**.
- **Eines** de comunicació i marketing online.
- **Wordpress**: gestor de continguts.
- Redacció de **continguts/copies**.





### C) Equip tècnic requerit:

Les empreses licitadores hauran de garantir que l'equip tècnic estarà integrat per un mínim de:

- (1) un **tècnic en copywriting**, especialitzat en textos per **públic final** amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació online i redacció de continguts/copywriting.
- (1) un **tècnic en copywriting**, especialitzat en textos per **públic professional**, amb una experiència mínima de 3 anys en comunicació online i redacció de continguts/copywriting.

Així mateix, es requereix un **cap de projecte**, qui serà l'encarregat de centralitzar les relacions entre l'empresa i el Patronat de forma que, entre d'altres coses, haurà de gestionar totes les peticions de serveis requerits, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs, el compliment dels terminis i la supervisió i organització de les mateixes, i disposar d'una experiència mínima de tres anys en comunicació online i redacció de continguts/copywriting.

Tots els rols podran recaure o no en una mateixa persona.

### 3.4.3- SERVEIS TÈCNICS REQUERITS

#### A) Selecció de temes:

La selecció de temes pels textos i els articles es treballarà de forma conjunta amb el personal del departament de marketing online del Patronat i l'adjudicatari.

- **Elaboració d'una planificació de redacció de textos** de forma conjunta amb el personal del Departament de Marketing Online del Patronat.
- Creació d'un **calendari de publicacions**: tenir en compte les temporades i els interessos dels usuaris.
- Alineació dels temes a tractar amb els **públics objectius** segons el web.
- **Segmentació de públics** per adaptació dels continguts:
  - *Públic final de proximitat*: contingut més específic de destinació, amb més detall i buscant la originalitat en els temes tractats.
  - *Públic final internacional*: contingut més general que pugui ser d'ús pel turista estranger que no estigui tant familiaritzat amb el territori.
  - *Públic professional*: contingut més tècnic de l'oferta de la destinació, però també contingut de descoberta i inspiració.





- Assegurar la complementarietat de **marques Costa Brava i Pirineu de Girona**: paritat de presència en els diferents temes de tot el territori.
- Assegurar la visibilitat i promoció de tots dels diferents **productes** de la destinació.
- Identificació d'**oportunitats comunicatives**.
- Selecció de temes tenint en compte les **tendències de cerca** del moment i les **paraules clau** que ajudaran al posicionament orgànic de l'article i de la pàgina web.

### B) Recopilació de continguts per difusió online:

Conjuntament amb el departament de marketing online, els product managers i les secretaries tècniques del Patronat, el licitador s'encarregarà de recopilar continguts de diversa naturalesa per a la redacció dels articles i textos:

- Continguts d'actualitat d'interès pel públic nacional i internacional.
- Continguts d'agenda cultural, enogastrònica i turística d'interès pel públic local.
- Continguts inspiracionals per tots els públics.
- Continguts de novetats de l'oferta professional del territori.
- Continguts de difusió sobre l'activitat dels membres.
- Continguts facilitats pels Products Managers del Patronat i per les secretaries tècniques.
- Paraules clau del moment.

### C) Redacció d'articles i textos

- **Redacció dels continguts/copies** en català, castellà o anglès.
  - Textos i articles destinats a públic final
  - Textos i articles destinats a públic professional
- Adaptació de la **redacció i del to** al públic al que va dirigit cada text.
- **Revisió ortogràfica i gramatical** dels textos i articles redactats.
- Incorporació en el text **d'enllaços interns a webs del Patronat i enllaços a tercers**, assegurant que tots els textos estan correctament **enllaçats**.
- **Optimització del contingut redactat** per assegurar una correcta **experiència d'usuari** (paraules clau de la redacció i títols, definició de les imatges, resolucions i pantalles).

A mode d'estimació, el Patronat preveu els següents textos/articles anuals. Aquesta estimació no és vinculant i quedarà subjecta als requeriments establerts pel Patronat segons les seves necessitats.

| Tipus de text                               | Textos públic final | Textos públic professional |
|---------------------------------------------|---------------------|----------------------------|
| <b><u>Categoria 1: 1 a 150 paraules</u></b> | 45                  | 85                         |





|                                               |    |     |
|-----------------------------------------------|----|-----|
| <b><u>Categoria 2: 151 a 300 paraules</u></b> | 45 | 85  |
| <b><u>Categoria 3: 301 a 500 paraules</u></b> | 53 | 158 |
| <b><u>Categoria 4: 501 a 700 paraules</u></b> | 52 | 52  |

Excepcionalment, el Patronat es reserva el dret de contractar paral·lelament la creació i redacció d'articles en supòsits específics en que requereixi un major grau d'expertesa i/o especialització en la matèria.

### 3.4.4- INFORMES

- Elaboració d'un **informe mensual** amb la relació de textos produïts i el nombre de paraules. En aquest informe caldrà llistar el títol del text, per quin canal s'ha redactat el text i el nombre de paraules del text.

## 4. OBLIGACIONS DELS ADJUDICATARIS

### 4.1 OBLIGACIONS GENERALS

- Assignar un equip tècnic humà suficient amb la dedicació necessària per tal de garantir el bon desenvolupament de l'objecte del contracte segons els requeriments tècnics establerts en cada lot.
- Assignar un interlocutor, que actuarà com a cap de Projecte, que haurà d'estar disponible per reunions internes amb el Patronat o amb personal extern en funció de les necessitats que vagi marcant del Pla d'accions del Patronat.
- En cas de que sigui requerit pel Patronat, l'adjudicatari s'encarregarà de realitzar les actes tècniques de les reunions derivades de l'execució del contracte que hauran de lliurar degudament signades pels responsables assistents. Caldrà lliurar tots aquests documents originals al Patronat. El responsable del contracte podrà acceptar en la seva substitució un resum de les reunions, sense necessitat d'estar signats.
- L'adjudicatari es farà càrrec de les despeses ordinàries de quilometratge, desplaçament, dietes, manutenció, allotjament i resta de despeses derivades de l'execució del contracte, que en tot cas s'entendrà dintre de l'àmbit geogràfic de les comarques gironines.
- Presentar els informes descrits en aquest plec, en temps, contingut i forma. El Patronat podrà demanar detalls i aclariments d'aquests informes sempre que ho estimi necessari.







6. L'adjudicatari lliurarà totes les bases de dades, imatges gràfiques, arts finals, documents i qualsevol tipus de contingut que es generi durant el període de contractació amb l'obligació de recollir el consentiment de les persones físiques de les que obtinguin les dades (d'acord amb LOPD) i en el format que sol·liciti el Patronat.

7. El contractista assumeix plenament la responsabilitat del servei realitzat i de que les actuacions que es derivin de la seva operativitat compleixin la normativa aplicable i, a aquests efectes garantirà l'absoluta indemnitat del Patronat, rescabament-lo de qualsevol quantitat que per qualsevol possible sanció o reclamació de responsabilitat per part d'un tercer, es pugui derivar de l'actuació dolosa o negligent del contractista. La indemnització inclourà la totalitat del dany o perjudici patit, incloent, en tot cas, els imports que el Patronat hagi d'abonar en concepte de sanció administrativa o responsabilitat civil o penal davant tercers, així com les despeses incorregudes en assessorament i defensa legal, intervenció de pèrits o qualsevol altre servei necessari o convenient per a determinar la responsabilitat de les parts i defensar en via administrativa o judicial els interessos del Patronat. En cap cas el Patronat estarà obligat a esgotar els recursos administratius o judicials que li puguin correspondre, quedant plenament facultat per aplanar-se o negociar extrajudicialment qualsevol sanció administrativa o reclamació particular, a la seva única discreció.

8. A tots els efectes, s'entenen incloses les responsabilitats que poguessin derivar-se, entre d'altres, d'incompliments o compliments deficients de la normativa vigent en cada moment en matèria de protecció de dades, propietat intel·lectual i industrial, regulació dels serveis de la societat de la informació i del comerç electrònic, i protecció de consumidors i usuaris.

9. Complir les normes vigents en matèria fiscal, laboral, de Seguretat Social i de seguretat i higiene en el treball, restant el Patronat eximit de responsabilitat per qualsevol incompliment.

#### **4.2- REGLES ESPECIALS RESPECTE DEL PERSONAL DE L'EMPRESA CONTRACTISTA**

1. Correspon exclusivament a l'empresa contractista la selecció del personal que, acreditant els requisits de titulació i experiència exigits en els plecs, formarà part de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte, sense perjudici de la verificació per part del Patronat del compliment d'aquells requisits.
2. L'empresa contractista procurarà que existeixi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, en ordre a no alterar el bon funcionament del servei, informant en tot moment al Patronat.
3. En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i continua, el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i el





pagament dels salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en els casos de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es deriven de la relació contractual entre empleat i ocupador.

4. L'empresa contractista vetllarà especialment perquè els treballadors adscrits a l'execució del contracte desenvolupin la seva activitat sense extralimitar-se en les funcions desempenyades respecte de l'activitat delimitada en els plecs com a objecte del contracte.
5. L'empresa contractista estarà obligada a executar el contracte en les seves pròpies dependències o instal·lacions.
6. El cap de projecte, que haurà d'estar integrat en la pròpia plantilla de l'empresa licitadora, tindrà, entre les seves obligacions, les següents tasques:
  - Actuar com a interlocutor de l'empresa contractista davant el Patronat, canalitzant, d'una banda, la comunicació entre aquella i el personal integrant de l'equip de treball adscrit al contracte i, d'una altra banda, del Patronat, en tot el relatiu a les qüestions derivades de l'execució del contracte.
  - Distribuir el treball entre el personal encarregat de l'execució del contracte, i impartir a aquests treballadors les ordres i instruccions de treball que siguin necessàries en relació amb la prestació del servei contractat.
  - Supervisar el correcte compliment per part del personal integrant de l'equip de treball de les funcions que té encomanades, així com controlar l'assistència d'aquest personal al lloc de treball.
  - Organitzar el règim de vacances del personal adscrit a l'execució del contracte, havent de coordinar-se adequadament l'empresa contractista com el Patronat, per no alterar el bon funcionament del servei.
- Informar al Patronat sobre les variacions, ocasionals o permanents, en la composició de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte.

## 5. PROTECCIÓ DE DADES

1. En el tractament de dades personals el contracte es regirà pel 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 (Reglament general de protecció de dades) i per la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (LOPDGDD). L'empresa contractista quedarà obligat al seu compliment i a les seves normes de desenvolupament. Aquesta obligació té el caràcter d'obligació essencial d'acord amb la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic.





2. Les dades personals que s'obtinguin de les empreses licitadores seran tractades pel Patronat com a responsable del Tractament, en el sentit de l'article 4.7 del Reglament general de protecció de dades. La finalitat del tractament serà gestionar el procediment de contractació. Les dades personals de l'empresa contractista es tractaran per la mateixa finalitat, seguiment del contracte i actuacions que se'n deriven. La legitimació del tractament es fonamentarà en el compliment de les relacions precontractuals i contractuals. Es publicaran dades de l'empresa contractista d'acord amb la normativa de transparència i de contractes del sector públic. Per a l'exercici dels drets reconeguts al Reglament general de protecció de dades (accés a les dades, rectificació, supressió, sol·licitar-ne la portabilitat, o la limitació o oposició al tractament) les empreses licitadores es podran adreçar en qualsevol moment al Patronat.
3. Quan amb ocasió de la participació en la licitació les empreses hagin de comunicar dades personals dels seus empleats en les seves ofertes, per acreditar el compliment dels requisits exigits per a l'adjudicació o per a l'execució del contracte, han de complir amb l'obligació d'informar de la comunicació a les persones afectades, indicant que s'efectua sobre la base del compliment de la relació contractual, d'acord amb el que preveu l'article 6.1.b del Reglament general de protecció de dades.
4. L'empresa contractista s'obliga al secret professional i haurà de respectar el caràcter confidencial de la informació d'accés restringit que coneixerà amb motiu de l'execució del contracte. Aquest deure es mantindrà també amb posterioritat a la finalització de la relació contractual.
5. Atès que per l'execució del contracte (Lot 1, 2 i 3) l'empresa contractista haurà de tractar dades personals per compte del Patronat, d'acord amb la disposició addicional 25 apartat 2 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic el contractista tindrà la consideració d'encarregada del tractament, en el sentit de l'article 4.8 del Reglament general de protecció de dades, assumint les obligacions establertes a l'article 28 del Reglament i a l'article 33 LOPDGDD. Seguirà de manera estricta les instruccions del Patronat en relació al tractament de les dades, mesures de seguretat, atenció a l'exercici dels drets de les persones interessades, confidencialitat i resta d'obligacions previstes a l'esmentada normativa. L'empresa contractista, abans de portar a terme el tractament, signarà el document sobre el compliment de la normativa de protecció de dades, mesures tècniques a adoptar i compromís de confidencialitat que el Patronat li facilitarà.
6. En el cas que es subcontractessin treballs propis de l'encàrrec de tractament, l'empresa subcontractista quedarà obligat/da només davant l'empresa contractista principal que assumirà, per tant, la total responsabilitat de l'execució del contracte davant el Patronat, de conformitat estrictament amb els documents descriptius del contracte i als termes del contracte. El coneixement per part del Patronat dels





subcontractes celebrats o les autoritzacions a la subcontractació que atorgui, no alteraran la responsabilitat exclusiva de l'empresa contractista principal.

## 6. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

1. Els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació dels textos, dissenys, fotografies, audiovisuals i altres materials resultants de l'execució dels diferents contractes, correspondran en exclusiva al Patronat. Els drets que obtindrà el Patronat no estaran limitats temporalment ni territorialment. Els podrà exercir en el sentit i amb tot l'abast indicat als articles 18 a 21 del vigent Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, determinant els usos que en podran fer terceres persones.
2. En el cas que les empreses adjudicatàries utilitzin materials de tercers hauran de garantir al Patronat que es poden destinar a l'objecte del contracte.
3. Els productes i la imatge del Patronat no podran ser utilitzats per les empreses adjudicatàries excepte per informar de treballs efectuats.
4. A la finalització del contracte les empreses adjudicatàries deixaran d'utilitzar i comunicaran al Patronat els administradors o altres recursos que hagi administrat.

