

Exp. 151/2024

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS DE LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI PER A L'EXECUCIÓ DEL PROGRAMA OPERATIU DE COMUNICACIÓ I MÀRQUETING DIGITAL 2024. AQUESTA ACTUACIÓ FORMA PART DEL PLA DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA EN DESTINACIONS DEL RIPOLLÈS, DINS DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA – NEXT GENERATION EU.

Diligència per fer constar que aquests Plecs han estat aprovats per Acord de Consell de Govern de data 6 de febrer de 2024.

Finançat per



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. FITES I OBJECTIUS.....	4
3. OBJECTE DEL CONTRACTE.....	7
4. DESCRIPCIÓ	8
5. ACTIVITATS I FUNCIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA	11
6. CRONOGRAMA.....	28
7. FINALITATS I OBJECTIUS QUE S'HAN D'ASSOLIR.....	29
8. EQUIP TÈCNIC I REQUERIMENTS TÈCNICS GENERALS OBLIGATORIS DE LA PRESTACIÓ...	31
9. FORMES DE SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DE LES CONDICIONS	33
10. RECEPCIÓ DEL SERVEI	34
11. DOCUMENTACIÓ TÈCNICA QUE HA D'APORTAR L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA	35
12. PROPIETAT INTEL·LECTUAL.....	36

Finançat per



1. INTRODUCCIÓ

Aquestes prescripcions tècniques particulars descriuen **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024**. La **contractació** d'aquest servei es tramitarà mitjançant el **procediment obert simplificat**.

Aquesta contractació s'emmarca dins del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès del Consell Comarcal del Ripollès. Aquest Pla, presentat a la convocatòria extraordinària de 2021 dels Plans de Sostenibilitat Turística de Destinacions (PSTD), va ser aprovat en l'Acord de la Conferència Sectorial de Turisme del 23 de desembre de 2021 conforme a la Resolució de la Secretaria d'Estat de Turisme publicada al BOE 312, de 29 de desembre de 2021. Al seu torn, el Pla forma part del Pla Territorial de Sostenibilitat Turística en Destinacions de Catalunya (PTSTDC21), aprovat en el marc de l'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions del component 14, inversió 1, submesura 2, del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), finançat per la Unió Europea - Next Generation EU.

El Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès dona compliment als criteris i objectius de l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions (ESTD), aprovada a la Conferència Sectorial de Turisme de 28 de juliol de 2021, i les condicions del Programa de Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions (PSTD), del PRTR. Els PSTD tenen per objectiu principal de transformar i modernitzar el sector turístic a través de la sostenibilitat i la digitalització, i les seves actuacions elegibles s'estructuren en 4 eixos prioritaris (transició verda i sostenible, millora de l'eficiència energètica, transició digital, i competitivitat), vinculats als objectius de l'ESTD i el PRTR.

Concretament, aquesta contractació forma part de l'actuació 7 – “El Ripollès: viu la teva història al Pirineu”: promoció i màrqueting digital, inclosa a l'eix 3 de transició digital, amb la finalitat de facilitar la millora contínua dels processos de comunicació, promoció i màrqueting mitjançant l'ús de la tecnologia digital. El servei a executar formen part de les actuacions del que es considera la part comuna del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, és a dir, actuacions que afecten a la totalitat de la comarca com a destinació turística i contribueixen a aconseguir les fites i objectius del PTSTDC21, en el marc del PRTR finançat amb fons Next Generation EU.

Instrument europeu de recuperació	Next Generation EU (NGEU)
Programa Next Generation EU	Mecanisme de Recuperació i Resiliència (MRR)
Pla del Govern Espanyol	Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR)

Finançat per

SECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME

Política palanca	V. Modernització i digitalització del teixit industrial i PYME, recuperació del turisme i impuls a una Espanya nació emprenedora
Component 14	Pla de modernització i competitivitat del sector turístic
Mesura	Inversió 1. Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat
Submesura	Submesura 2. Plans de sostenibilitat turística en destinacions (PSTD)
Convocatòria Programa PSTD	Extraordinària 2021
Comunitat Autònoma	Pla Territorial de Sostenibilitat Turística en Destinacions Catalunya 2021
Ens Local	Consell Comarcal del Ripollès. Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès (PSTD)
Eix del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès	3. Transició digital.
Actuació del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès	7. “El Ripollès: viu la teva història al Pirineu”: promoció i màrqueting digital.
Contractació	Execució del servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024.

Amb la presentació de la seva oferta, les empreses licitadores accepten aquestes prescripcions tècniques.

2.FITES i OBJECTIUS

El **PRTR** s'estructura en 4 eixos transversals, 10 polítiques palanca i 30 components. Concretament, el **Component 14** (Pla de modernització i competitivitat del sector turístic) es defineix amb l'objectiu de transformar i modernitzar el sector turístic a Espanya per a augmentar la seva competitivitat i resiliència. Per assolir aquest objectiu es desenvolupen diferents àmbits d'actuació, entre els quals, la **Inversió 1** té com a finalitat la transformació del model turístic cap a la sostenibilitat mediambiental, socioeconòmica i territorial, en benefici de les destinacions turístiques, i els seus agents socials i operadors privats. Per dur a terme aquesta transformació

Finançat per



es plantegen diverses submesures: la **Submesura 2** és on s'emmarca el Programa extraordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions 2021-2023, principal actuació del Pla de competitivitat i modernització del sector turístic.

El Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès dona compliment a: “Objectiu del CID número 217: quart trimestre de 2021, publicació en el BOE de l’adjudicació a les entitats locals de l’ajut per a l’aplicació dels Plans Territorials de Sostenibilitat Turística en Destinacions”, al ser un dels PSTD aprovats inclosos en el PTSTDC-21 (Resolució d’adjudicació publicada al BOE número 312, de 29 de desembre de 2021).

Aquesta adjudicació (BOE número 312, de 29/12/2021) comporta l’obligat compliment de:

- “Fita del CID número 220: quart trimestre de 2024, les Comissions de Seguiment garantiran que totes les destinacions beneficiàries adjudicades el 2021, tindran com a mínim el 50% de l’execució realitzada”.
- “Fita del CID número 221: segon trimestre de 2026, finalització de tots els projectes inclosos en els Plans Territorials de Sostenibilitat Turística en Destinacions”.

Aquestes **fites i objectius** són finalitats a assolir en moments determinats del temps, i permeten verificar els resultats d’assoliment. Per la mesura del seu progrés i la determinació del compliment corresponent, el Consell Comarcal del Ripollès fa el seguiment dels requeriments bàsics segons la llista de comprovació fixada a l’Annex II.B.3 i l’Annex III.A de l’Ordre HFP/1030/2021. Per aquest motiu, cada **empresa contractista té l’obligació de facilitar la informació que li sigui requerida** per acreditar el compliment puntual de les fites i objectius del Pla a la consecució del qual contribueix el contracte.

El Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès dona compliment als requeriments mínims establerts en relació amb els principis de gestió de caràcter transversal i tota la normativa aplicable del PRTR i del MRR (concepte de fita i objectiu; etiquetatge verd i digital; principi de no causar perjudicis significatius al medi ambient DNSH; reforç de mecanismes per a la prevenció, detecció i correcció de frau, la corrupció i els conflictes d’interessos -pla de mesures antifrau-; ajuts d’estat i doble finançament; identificació del perceptor final dels fons; comunicació).

En l’eix 3 (transició digital) del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès, s’inclou l’**actuació 7 – El Ripollès: viu la teva història al Pirineu”: promoció i màrqueting digital**, la qual engloba totes aquelles accions de comunicació, promoció i màrqueting digital del Pla. Els objectius específics de l’actuació 7 són:

1. Donar continuïtat a l’estratègia de comunicació i de mitjans de la marca turística.
2. Potenciar el Ripollès com a destinació de turisme sostenible en els mercats turístics identificats.

Per a assolir aquests dos objectius específics es va incloure la seva realització com a una de les actuacions del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, al llarg del seu període d’execució.

Concretament per a l'any 2024, el servei objecte d'aquest contracte dona compliment al compromís de la comarca per treballar en la comunicació i el màrqueting digital.

Les empreses contractistes tenen l'obligació d'executar en temps i forma l'objecte d'aquest contracte.

Les fites i objectius formen part dels principis transversals d'obligat compliment a les actuacions incloses en el PRTR. En aquest cas, la contractació de l'execució del servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024 està subjecte al compliment de:

Principis transversals d'aplicació al contracte de servei	
(Resolució de concessió de juny de 2022 del Departament d'empresa i Treball, en execució de l'acord de la Conferència sectorial de Turisme de 21 de desembre de 2021 en el marc de l'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions ESTD - versió de juliol de 2021, dins del PRTR).	
Compliment de les Fites i Objectius	☒ Sí ☐ No
Etiquetatge verd	☐ Sí ☒ No L'actuació 7 no és una actuació identificada a l'àmbit de l'eix 1, ni de l'eix 2.
Etiquetatge digital	☒ Sí* ☐ No *Si bé a la Resolució de concessió de juny de 2022 del Departament d'empresa i Treball, en execució de l'acord de la Conferència sectorial de Turisme de 21 de desembre de 2021 en el marc de l'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions ESTD - versió de juliol de 2021, dins del PRTR, no especifica etiquetatge digital, en la plataforma CoFFEE, d'acord amb el codi identificador de la submesura C14.I01c, el Pla de sostenibilitat turística del Ripollès s'identifica amb l'etiqueta 011 (transició digital) definida per la Comissió Europea.
Compliment del principi de no causar dany significatiu als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 (principi DNSH)*	☒ Sí ☐ No

Mesures de control del risc de frau, la corrupció i el conflicte d'interessos, la formalització de la declaració d'absència de conflicte d'interessos (DACI)*	☒ Sí ☐ No
Mesures de control relacionades amb el règim d'ajuts d'estat i de prevenció del doble finançament*	☒ Sí ☐ No
Identificació de contractistes i subcontractistes*	☒ Sí ☐ No
Compliment dels requisits de comunicació*	☒ Sí ☐ No

3.OBJECTE DEL CONTRACTE

3.1. Aquest plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars que regiran la realització de la prestació específica del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024**.

L'**objecte del contracte** és la contractació del servei per a l'execució de les accions necessàries per a la promoció turística del Ripollès, facilitant l'ús de tecnologies digitals per consolidar i reforçar el seu posicionament com a destinació de muntanya en aplicació de les accions corresponents al programa operatiu de l'any 2024 establert a partir de les necessitats detectades i del Pla de comunicació i màrqueting turístic del Ripollès 2024-2028. El resultat del servei contractat si bé ha de donar continuïtat a l'estratègia de la marca turística, ha d'incidir especialment en la transformació de la comarca cap a la sostenibilitat turística, la millora de les competències cap a la transició digital i l'increment de la competitivitat de la destinació.

3.2. Amb aquest contracte, l'òrgan de contractació pretén cobrir les necessitats detectades per poder executar les actuacions de la part comuna del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès, per aquesta raó tot el servei ha de ser coherent amb els principis transversals del PRTR i amb les directrius de l'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions (component 14, inversió 1, submesura 2) del PRTR.

L'empresa adjudicatària haurà d'executar l'objecte del contracte de forma consensuada amb la tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat turística en destinació del Consell Comarcal del Ripollès.

Finançat per



SECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME



En tot cas s'entén que els requisits d'aquest plec de prescripcions tècniques particulars tenen la consideració de requisits mínims, per a poder ajustar-se al Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès. Per aquest motiu, les empreses contractistes podran millorar aquestes condicions en la seva oferta, tenint en compte que totes les millores passaran a formar part del contracte i seran d'obligat compliment.

4. DESCRIPCIÓ

El Consell Comarcal de Ripollès, a través del **Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès** treballa per consolidar un **model de turisme sostenible de referència, transformador, integrat i coherent amb el seu caràcter rural, capaç d'afavorir la cohesió social i la fixació de població** en el Ripollès.

En aquest context, l'actuació 7 "El Ripollès: viu la teva història al Pirineu": promoció i màrqueting digital) de l'eix 3 del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès té com a finalitat la millora constant en la transició digital i el posicionament de la destinació, a través d'accions de comunicació, promoció i màrqueting digital que consolidin la transformació de la imatge i de les competències de la comarca com a destinació turística sostenible.

La digitalització i la sostenibilitat són elements que han d'anar alineats en l'estratègia de millora cap aquesta consolidació del model turístic que s'està duent a terme amb el Pla de sostenibilitat turística del Ripollès.

La transició digital permet la consolidació del model de sostenibilitat turística. Concretament, la millora contínua de la comunicació, l'accés als recursos i als serveis, repercuteixen en la imatge i el posicionament de la destinació, integrant-se en les accions de promoció i de màrqueting. L'estratègia de comunicació és un procés que es desenvolupa a través d'eines i instruments que permeten la transformació contínua, més enllà de la consolidació de la feina feta, per consolidar un model de turisme sostenible coherent amb les característiques i necessitats de la comarca.

El **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024**, permet:

1. Implantar i desenvolupar les accions prioritzades del Pla de comunicació i màrqueting digital 2024-2028 corresponents a l'anualitat 2024, afavorint la transformació digital de la comarca del Ripollès a través d'una estratègia de màrqueting turístic que optimitzi el seu posicionament i competitivitat, principalment als canals online.
2. Consolidar l'estratègia de promoció 2.0 de la marca turística "El Ripollès: viu la teva història al Pirineu" en el 2024, millorant l'experiència de la visita a través dels continguts del portal www.ripollesturisme.cat i de les xarxes socials.

L'empresa contractista inclourà les especificacions normatives relacionades amb la **publicitat i comunicació del PRTR i el finançament de la Unió Europea - Next Generation EU**, segons indicacions i validació del Consell Comarcal del Ripollès, donant compliment a les obligacions de comunicació del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès.

És **obligació essencial del contracte** que l'empresa adjudicatària presenti la **proposta del programa de les accions online i offline de la destinació del Ripollès per l'anualitat 2024** en el **termini màxim 15 dies hàbils a comptar des de la data de la formalització del contracte** (veure la clàusula 5.1. d'aquest plec). Concretament, l'empresa adjudicatària ha de presentar el detall de les accions per a l'anualitat 2024, desenvolupant la proposta en base a l'objecte del contracte, els plecs i la inversió més òptima per a assolir els objectius plantejats. Aquesta proposta inclourà el detall de les accions i les campanyes del servei referit, justificant-lo de forma quantitativa i qualitativa, amb una definició de mitjans, *targets* i abastament estimat.

Les prestacions del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024** contemplen desenvolupar i executar les accions de comunicació i màrqueting turístic de forma integrada amb la finalitat d'optimitzar el posicionament i la competitivitat de la destinació, per a cada públic i canal des d'una perspectiva de transformació digital i sota criteris de sostenibilitat.

L'empresa adjudicatària negociarà els espais publicitaris i d'inserció i els descomptes vinculats, els reservarà i els contractarà, i tramitarà les insercions, negociant el disseny, format i especificacions creatives seguint els requisits de comunicació del PRTR. El seguiment i control serà degudament informat i acompanyat d'imatges, d'evidències de les accions i de les mètriques de resultat obtingudes.

La prestació del servei referit contribueix a augmentar el posicionament de la comarca com a destinació de turisme sostenible i contribuir així, a la millora de la viabilitat d'aquesta activitat econòmica contribuint a la cohesió social, la qualitat de vida i el respecte i cura del medi ambient. L'objecte del contracte s'emmarca en la transformació digital i proposa una comunicació multicanal que impacti tant de forma transversal com personalitzada en diferents públics.

Concretament, el servei referit parteix d'un programa operatiu per a l'anualitat 2024, el qual es fonamenta en: la transformació digital, la comunicació i el màrqueting responsable, i la promoció de la destinació i el turisme sostenible. El programa es desglossa en 17 accions (veure taula 1), les quals formen part del Pla de comunicació i màrqueting digital 2024-2028.

Taula 1. Programa operatiu 2024

Accions	1. Programació i concreció de les accions i campanyes online i offline. 2. Manual d'estil gràfic de publicacions online i offline.
---------	--

Finançat per



	3. Estratègia en xarxes socials. 4. Campanyes Social ADS (xarxes socials). 5. Campanyes de display (vídeos i continguts) a Google ADS. 6. Campanya de mitjans de comunicació convencionals online i offline (TV, ràdio, premsa...). 7. Campanya de mitjans de publicitat exterior. 8. Accions especials de comunicació. 9. Col·laboracions amb mitjans de comunicació locals o regionals per a reforçar la marca turística al territori. 10. Contingut de vídeo i fotogràfic per tal d'obtenir noves imatges homogènies per la creació dels nous materials per als mitjans publicitaris, continguts per les xarxes socials i web. 11. Assistència a fires i accions B2C. 12. Trips com a instrument de promoció de la comarca. 13. Relat turístic emocional de marca. 14. Continguts i aspectes relacionats amb la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat en els apartats de la pàgina web Ripollès Turisme en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès). 15. Estratègia de gestió i millores tant en continguts com en funcionalitat (UX/UI) i millores en el SEO <i>on page</i>. 16. Activitats i esdeveniments a l'agenda turística de la pàgina web. 17. Revisió i actualització dels apartats del portal web amb la creació de nous continguts, informació i dades, així com la seva traducció en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès).
--	---

S'entén per:

- **Comunicació en el turisme** (font: diversos autors): “aquella que permet donar a conèixer els llocs, els recursos, els productes, els serveis i les infraestructures d’una destinació al turista que es tradueix en comportaments i actituds”. Concretament la seva **efectivitat** busca que “augmenti la satisfacció de l’estada i beneficiï la destinació”.
- **Promoció turística** (font: diversos autors): “activitat integrada d’accions i eines per afavorir el viatge turístic, millorant la indústria turística del destí escollit”. Concretament, ha de donar compliment a la comunicació efectiva a través de la “difusió de la marca turística i de l’oferta de la destinació segmentada i especialitzada”.
- **Màrqueting turístic digital** (font: diversos autors): “eines i mitjans digitals que permeten la construcció i la promoció per millorar l’experiència turística i posar en valor la cadena de valor turístic de la destinació”. Concretament el **màrqueting de continguts** a través de les **xarxes socials** esdevenen instruments “clau per arribar al públic objectiu i aconseguir interactuar a l’espai digital”.
- **Web d’una destinació turística** (font: diversos autors): “lloc web que, més enllà de facilitar la presència d’un territori a Internet i donar informació sobre la destinació, dona informació útil a l’usuari i promou socioeconòmicament el destí”.

Finançat per



5. ACTIVITATS I FUNCIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA

Les empreses contractistes han de tenir en compte:

- L'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions ([enllaç](#))
- El Component 14, inversió 1, submesura 2 del PRTR ([enllaç](#)), així com el propi Pla de recuperació, transformació i resiliència ([enllaç](#))
- Els manuals de comunicació i les imatges gràfiques següents:
 - Marca turística del Ripollès [Manual d'aplicació de la marca](#) i els seus elements gràfics [català](#) | [castellà](#) | [anglès](#) | [francès](#) i [Tipografies](#)
 - [Manual i Imatge gràfica del Next Generation Catalunya](#) - Identitat corporativa, web del Gencat.
 - [Manual i Imatge gràfica del pla estatal de recuperació, transformació i resiliència](#) - Web del Pla; castellà: [Descargar emblema de la Unión Europea + Financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU](#) i [Cómo usar el emblema europeo en el contexto de los programas de la UE 2021-2027](#)
 - [Criteris de comunicació i imatge gràfica dels fons europeus del període 2021-2027 \(pdf\)](#) - Web de fons europeus del Ministeri d'Hisenda i Funció Pública; anglès.
- Les guies següents:
 - Guies i manuals d'estil sobre llenguatge inclusiu i no sexista ([enllaç](#)).
 - Guia per incorporar la perspectiva de gènere a les actuacions finançades en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència ([enllaç](#)).
 - Guia per al disseny i desenvolupament d'accions d'acord amb el principi de no causar un dany significatiu en el medi ambient ([enllaç](#)).
- La pàgina web Ripollès Turisme ([enllaç](#)).
- Consell Comarcal del Ripollès disposa dels canals de comunicació següents:
 - Web <https://ripollesturisme.cat>
 - Xarxes socials (perfils):
 - Facebook <https://www.facebook.com/visitaeripolles/>
 - Instagram <https://www.instagram.com/ripollesturisme/>
 - Twitter <https://twitter.com/ripollesturisme>
 - Youtube <https://www.youtube.com/channel/UCWQBcNNLCVr5FliAFuohGQA>
- El Manual i el Pla de comunicació de la marca turística i el Pla de comunicació i màrqueting turístic del Ripollès 2024-2028: **ambdós documents digitals es facilitaran a l'empresa adjudicatària del servei en la convocatòria de la primera reunió presencial.**
- Les indicacions del Consell Comarcal del Ripollès.

L'execució del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024** ha de fer-se segons els criteris de sostenibilitat, d'accessibilitat, d'innovació tecnològica i de cohesió territorial marcats pel Consell Comarcal del Ripollès, com a ens beneficiari del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, que inclou aquesta contractació. Al formar part de les actuacions del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès l'empresa adjudicatària ha de donar compliment a tots els criteris normatius i comunicatius establerts.

Per la naturalesa de l'objecte del contracte del servei referit és necessària una coordinació i un seguiment exhaustiu de les tasques a desenvolupar al llarg de la seva execució. Per aquest motiu, tota l'execució serà concretada, revisada i validada per la tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès.

L'objecte d'aquest contracte forma part d'una de les actuacions del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, en concret de l'actuació 7, de l'eix 3 de transició digital i, per tant, les activitats i funcions dels serveis faciliten la millora constant de les competències digitals, en aquest cas, de comunicació i accés als recursos i serveis de la destinació.

L'execució d'aquest servei ha de donar compliment al cronograma establert i al programa de treball referit (veure clàusula 6 d'aquest plec tècnic).

L'empresa contractista i el Consell Comarcal del Ripollès tindran una primera **reunió presencial**, en el termini màxim de **7 dies hàbils**, a partir de l'endemà de la formalització del contracte, en la qual es marcaran les directrius del servei contractat.

L'empresa contractista presentarà el **programa de treball global del servei referit** i la **proposta del programa de les accions i les campanyes online i offline de la destinació del Ripollès per l'annualitat 2024** en un termini màxim de **15 dies hàbils**, a partir de l'endemà de la formalització del contracte. Ambdós programes han de presentar-se telemàticament per registre al Consell Comarcal del Ripollès, per a la seva revisió. La proposta del programa de les accions i les campanyes online i offline de la destinació del Ripollès per l'annualitat 2024 constitueix una **obligació essencial** del contracte.

Excepcionalment, la proposta del programa d'accions i de campanyes serà presentada per l'empresa adjudicatària en una reunió presencial en el Consell Comarcal del Ripollès, la qual serà convocada per la tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès amb l'assistència d'altres representants de l'ens.

La tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès revisarà i validarà les propostes de les accions del programa operatiu.

L'empresa contractista anirà informant de l'estat de desenvolupament de la prestació i donarà compliment a la periodicitat mínima establerta de les reunions de seguiment (clàusula 9 d'aquest plec). A les reunions s'anirà presentant el treball realitzat a la tècnica coordinadora del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès, qui pot decidir en funció dels resultats la realització d'una reunió convocant als assistents que consideri oportuns i necessaris.

L'empresa contractista aportarà millores i expertesa al servei, seguint els criteris marcats per la normativa del PRTR. En la documentació i els materials generats s'hi inclouran les especificacions normatives relacionades amb la publicitat i comunicació del PRTR i el finançament de la Unió Europea - Next Generation EU, segons les indicacions i validació del Consell Comarcal del Ripollès.

Les prestacions del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024** inclouen les següents activitats i funcions mínimes:

5.1. Programació de les accions i campanyes online i offline

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la creació i elaboració de la proposta operativa de les accions de comunicació i màrqueting digital de la destinació i de la marca turística de la comarca amb suficient flexibilitat com per adaptar-se a possibles canvis;
- el detall desglossat de cada una de les accions i campanyes del programa operatiu: les accions i campanyes es detallaran amb una caracterització mínima de:
 1. Nom de les accions
 2. Objectius de les accions
 3. Distribució temporal de les accions en els 8 mesos d'execució
 4. Pressupost sense IVA de les accions
 5. Mercat on incideixen les accions
 6. Públic objectiu de les accions
 7. Canals a utilitzar per a cada una de les accions
 8. Suports o formats de les accions
 9. Resultats esperats per a cada de les accions
 10. Indicadors d'avaluació
- l'assessorament i proposta de millores en les accions a desenvolupar, proposant els nous suports i recursos que es considerin més adequats, bé sigui per objectius, públic, temàtica o oportunitats;
- la preparació de la gestió de la negociació i la contractació amb els mitjans i els suports identificats els millors preus i descomptes: l'empresa contractista assumirà tots aquests costos;
- la definició de la creació dels continguts i de les produccions creatives al públic destinatari: l'empresa contractista haurà de tenir la capacitat d'elaborar continguts en català, castellà, anglès i francès;

Acció	Programació de les accions i campanyes online i offline
Objectius generals	- Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. - Avançar en la transformació digital del Ripollès.

Finançat per



SECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME



	– Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☐ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☒ ODS13 ☐ ODS14 ☒ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectius específics de l'acció	– Crear el pla d'accions 2024 segons el programa operatiu (Taula 1). – Concretar les accions i campanyes del programa operatiu (Taula 1).
Públic	☒ Intern ☐ Extern
Pressupost estimat	1.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Programa de les accions i campanyes online i offline.

5.2. Manual d'estil gràfic de publicacions online i offline

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la definició de la consistència visual i de *branding* en tots els materials publicitaris, promocionals i de comunicació, tant en format digital com imprès;
- la creació d'un Manual d'estil gràfic on quedin recollides les pautes i les directrius que garanteixin que tots els elements visuals i de disseny comuniquin una imatge coherent de la identitat de la marca turística, alineada amb la identitat de la comarca del Ripollès;
- l'assessorament i proposta de recursos que facilitin la seva aplicació.

Acció	Manual d'estil gràfic de publicacions offline i online
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☐ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☒ ODS13 ☐ ODS14 ☒ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectius específics de l'acció	– Crear un manual d'estil gràfic que garanteixi una imatge coherent i alineada amb la identitat de la comarca i de la marca turística.
Públic	☒ Intern ☐ Extern
Pressupost estimat	4.500,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Manual d'estil gràfic de publicacions online i offline.

5.3. Estratègia en xarxes socials

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

Finançat per



- la gestió efectiva dels perfils de turisme del Ripollès a les xarxes socials; la planificació mensual de les publicacions a Instagram – posts, stories, reels, etc., Facebook, i Twitter (aquest pla mensual s'enviarà a tècnica responsable del contracte per revisar i validar amb tots els continguts, les imatges i els *hashtags* amb 7 dies d'antelació a la publicació del primer dia del mes planificat);
- el seguiment d'*engagement*; la realització i publicació mensual d'un mínim de 12 publicacions tipus post, 8 *stories* i 2 *reels* a Instagram i un mínim de 12 publicacions mensuals a Facebook, amb continguts diferenciats segons la xarxa social;
- la realització i publicació d'un mínim de 8 posts a Twitter, mensuals;
- la creació gràfica necessària per a les publicacions, si escau;
- la resposta a possibles consultes, dubtes, queixes, etc. a les xarxes socials es farà amb un temps de resposta entre 24 i 36 hores (en el cas de ser necessari, s'establirà contacte amb el Consell Comarcal del Ripollès per resoldre els dubtes o les queixes plantejades pels usuaris);
- la compartició d'altres publicacions que mencionin i/o etiquetin la destinació coherents amb els paràmetres de qualitat i veracitat dels continguts i dels seus creadors;
- la difusió d'accions promocionals d'altres ens de gestió que tinguin lloc a la comarca;
- la valoració dels resultats obtinguts amb l'estratègia individualitzada per a cada una de les xarxes socials i amb caràcter mensual;
- el seguiment de les interaccions dels usuaris es recollirà en un informe mensual on es faran propostes de millora per tal d'estar al dia de les tendències en comunicació;
- l'assessorament i proposta de millores;
- la resposta a consultes, dubtes i comentaris: les respostes es faran amb un temps no superior a 24-36 hores;
- la valoració global de l'estratègia al final del servei: a l'informe s'inclouran els resultats i una proposta de millores.

Acció	Estratègia en xarxes socials
Objectius generals	- Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°. - Avançar en la transformació digital del Ripollès. - Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. - Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	- Crear, executar i valorar les publicacions en els perfils de turisme de les xarxes socials de la comarca amb una generació de continguts que faciliti la interacció amb els usuaris.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	13.000,00 € IVA exclòs

Documentació a presentar	– Planificació mensual. – Informes mensuals. – Informe final de resultats. – Infografia resum.
---------------------------------	---

5.4. Campanyes Social ADS (xarxes socials)

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la programació, execució i seguiment de 4 grans campanyes vinculades a les 4 estacions (primavera, estiu, tardor i hivern) a les xarxes socials de la marca turística;
- la definició dels objectius de cada una de les campanyes segons la captació de nous visitants segmentats per producte i interessos així com la captació d'empreses per a les iniciatives de promoció turística que es proposin des del Consell Comarcal del Ripollès;
- la planificació i calendari de les campanyes serà revisada i validada a l'inici de l'execució, segons el programa de treball establert, i es podrà adaptar segons les necessitats detectades al llarg de l'execució;
- la creació de tots els elements visuals i gràfics necessaris per desenvolupar cada una de les campanyes;
- l'elaboració de continguts i la seva traducció a quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès);
- l'execució, seguiment i avaluació de cada una de les campanyes, amb l'aplicació de propostes de millora per a la següent campanya;
- la valoració dels resultats obtinguts amb la campanya.

Acció	Campanyes Social ADS (xarxes socials)
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Crear, executar i valorar campanyes socials ADS que vinculin les 4 estacions (primavera, estiu, tardor i hivern) amb el paisatge, la identitat del territori i les activitats al llarg de l'any.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	8.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Document amb la proposta creativa de les 4 campanyes. – Informe de les campanyes i dels resultats. – Infografia resum.

5.5. Campanyes de display (vídeos i continguts) a Google ADS

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la gestió dels anuncis als usuaris que utilitzen el motor de cerca de Google; la planificació i calendari de les campanyes serà revisada i validada a l'inici de l'execució i es podrà adaptar i modificar en funció de les necessitats detectades; la creació i mostra d'anuncis als usuaris de la plataforma publicitària de Google;
- la integració de peces audiovisuals en webs especialitzades;
- la creació i integració de continguts relacionats amb el que l'usuari veu o llegeix segons els seus interessos;
- la valoració dels resultats obtinguts amb la campanya.

Aquestes campanyes es realitzaran en setmanes o períodes de menys ocupació al llarg de l'any, a concretar amb la tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat del Ripollès.

Acció	Campanyes de display (vídeos i continguts) a Google ADS
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Crear, executar i valorar campanyes de display (vídeos i continguts) a Google ADS que afavoreixin la captació de nous seguidors i que augmentin el tràfic a la pàgina web.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	5.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe de les campanyes i dels resultats. – Infografia resum.

5.6. Campanya de mitjans de comunicació convencionals online i offline (TV, ràdio, premsa...)

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la promoció de la destinació en mitjans de premsa, premsa especialitzada de turisme, ràdio i televisió;
- la planificació i calendari de la campanya serà revisada i validada a l'inici de l'execució, segons el programa de treball establert, i haurà de presentar propostes creatives per mitjans convencionals destinats a públic català com a primer destinatari, castellà i francès com a segon destinatari, i en darrer terme, a altres públics en funció de la proposta: s'estableixen un mínim de 6 accions en revistes i portals especialitzats i 4 accions en premsa generalista,

amb una proposta de mercats justificada per a cada una de les accions (dins de les accions s'inclouen les insercions publireportatge, les insercions en espais publicitaris, les falques de ràdio, i els productes prioritari seran la destinació, la sostenibilitat turística, la natura, la cultura, la gastronomia i el turisme familiar);

- la selecció i negociació adequada dels mitjans, donant prioritat als mitjans digitals, serà realitzada i vetllada en tot moment per l'empresa adjudicatària, la qual també valorarà i respondrà davant la presentació de propostes al llarg de l'execució que diferents mitjans puguin fer arribar al Consell Comarcal del Ripollès;
- la creació de continguts rellevants, clars i adequats a cada tipus d'audiència i a cada tipus de mitjà seleccionat;
- la traducció dels continguts als idiomes necessaris (català, castellà, anglès, francès) per a cada un dels mitjans de comunicació convencionals escollits;
- la implantació i desenvolupament de les accions per a cada un dels mitjans seleccionats;
- la creació de tots els elements visuals i gràfics necessaris;
- els resultats obtinguts de forma individual per mitjà i de forma genèrica per campanya;
- la valoració d'aquests resultats i cobertures.

Acció	Campanya de mitjans de comunicació convencionals online i offline (TV, ràdio, premsa...)
Objectius generals	- Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°. - Avançar en la transformació digital del Ripollès. - Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. - Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	- Crear, executar i valorar campanyes de mitjans de comunicació convencionals online i offline (TV, ràdio, premsa...): tant en mitjans generalistes com en mitjans especialitzats en turisme, amb missatges adequats a cada tipus de mitjà.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	19.452,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	- Informe de la campanya, els mitjans i els resultats. - Infografia resum.

5.7. Campanya de mitjans de publicitat exterior

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la implantació i gestió efectiva d'accions en els mitjans referits (publicitat exterior de gran i petit format: mupis, tanques, busos, empreses de transport, etc.);

Finançat per



- la planificació i calendari de la campanya serà revisada i validada a l'inici de l'execució, segons el programa de treball establert;
- la selecció adequada dels mitjans de publicitat exterior segons criteris de visibilitat, exposició contínua, segmentació geogràfica, creativitat, qualitat, sostenibilitat, impacte, etc. buscant sempre la creativitat, la innovació, la millora del posicionament de la destinació i la complementarietat amb altres mitjans publicitaris;
- la negociació, la implantació i el desenvolupament de campanyes creatives que generin alts impactes per a cada un dels mitjans seleccionats;
- la creació i desenvolupament de tots els elements visuals i gràfics necessaris per cada un dels mitjans seleccionats: els idiomes dels continguts s'adaptaran al públic objectiu, per aquest motiu, es podran definir en català, castellà, anglès i francès ;
- la valoració dels resultats obtinguts amb la campanya.

Acció	Campanya de mitjans de publicitat exterior
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17
Objectiu específic	– Crear, executar i valorar campanyes de mitjans de publicitat exterior de forma efectiva i adaptada a cada mitjà seleccionat.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	25.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe de la campanya i els resultats. – Infografia resum.

5.8. Accions especials de comunicació

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la proposta, la implantació, la gestió i logística (recursos humans i econòmics) d'accions allunyades de la pràctica habitual de comunicació, incloent tant accions compartides amb altres ens gestors de promoció com grans accions que tinguin lloc en el territori (com per exemple podrien ser Gastropirineus, Benvinguts a pagès, trobades d'*instagramers* etc. i similars): els costos necessaris seran assumits per l'empresa;
- la definició, l'acompanyament i el desenvolupament d'accions que promoguin la diferenciació, la generació de notícies, la innovació, etc. per reforçar la identitat de la marca turística i de la comarca del Ripollès tant al públic local com al públic visitant;

- la participació i la col·laboració amb creacions específiques per a les accions d'altres ens de promoció (regional, provincial i nacional) desenvolupin en la comarca;
- la valoració dels resultats obtinguts amb aquestes accions.

Acció	Accions especials de comunicació
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17
Objectiu específic	– Crear, executar i valorar accions especials de comunicació creatives que sorprenguin al públic objectiu i augmentin la diferenciació de la comarca.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	8.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Dossiers específics de les accions especials de comunicació. – Informe final de resultats. – Base de dades en format Excel.

5.9. Col·laboracions amb mitjans de comunicació locals o regionals per a reforçar la marca turística al territori

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la gestió d'accions de col·laboració específiques per al públic de proximitat i per a la població local;
- la planificació de les propostes serà revisada i valorada al llarg de l'execució, segons el programa de treball establert;
- la negociació, la implantació i el desenvolupament ha de promoure accions de col·laboració que reforcin la marca de la destinació a través de xarxes locals i regionals enfocades tant al visitant de proximitat com a la pròpia població de la comarca; la consolidació de relacions estratègiques amb els mitjans locals per promoure i consolidar la marca turística;
- la creació i integració de continguts atractius i rellevants relacionats amb esdeveniments, experiències, punts d'interès i productes que ofereix la destinació;
- la creació d'una base de dades actualitzada de col·laboracions;
- la valoració dels resultats obtinguts amb les col·laboracions.

Acció	Col·laboracions amb mitjans de comunicació locals o regionals per a reforçar la marca turística al territori
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística.

Finançat per



	– Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☐ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Crear, executar i valorar les col·laboracions amb xarxes locals o regionals consolidant el nou model turístic i la marca turística amb el públic de proximitat i la població local.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	12.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe final de resultats. – Base de dades en format Excel.

5.10. Contingut de vídeo i fotogràfic per tal d'obtenir noves imatges homogènies per la creació dels nous materials per als mitjans publicitaris, continguts per les xarxes socials i web

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la determinació de les necessitats que tot el programa operatiu pugui requerir;
- l'anàlisi del banc d'imatges per detectar mancances en el seu contingut, tenint en compte necessitats detectades i noves oportunitats de promoció;
- la creació i l'execució dels serveis fotogràfics i audiovisuals necessaris;
- la planificació de l'acció ha de considerar un mínim de 5 continguts en vídeo per publicar a les xarxes socials i a la pàgina web i un mínim de 40 fotografies;
- la preparació i l'organització dels dies de filmació de continguts a la comarca del Ripollès, al llarg de l'any, buscarà l'equilibri territorial de la comarca i serà revisada i valorada i cobrirà les necessitats detectades;
- la gestió de les localitzacions, dels figurants, dels permisos, dels documents de cessió, etc.; el seguiment de les sessions de gravació i l'enregistrament d'imatges;
- l'obtenció de *frames* de fotografia durant les filmacions;
- el registre audiovisual de nous materials i continguts fotogràfics i de vídeo orientats a reforçar el missatge comunicatiu audiovisual de la marca turística i de tota la comarca;
- el compliment dels requisits de qualitat, criteris d'estil i to comunicatiu coherent amb la marca i l'alta resolució dels continguts generats;
- els vídeos es lliuraran en formats d'alta resolució i en formats adaptats per a la seva publicació òptima a les diferents xarxes socials (Instagram, Facebook, Twitter i YouTube de Ripollès turisme i del Consell Comarcal del Ripollès) i a la publicació a la pàgina web Ripollès Turisme i del Consell Comarcal, amb el compliment obligat dels requisits de comunicació del PRTR;
- les fotografies es lliuraran tant en alta resolució per a publicacions editables i/o similars, com en resolució adaptada per a la seva inserció òptima a les diferents xarxes socials

(Instagram, Facebook, Twitter i YouTube de Ripollès turisme i del Consell Comarcal del Ripollès) i a la publicació a la pàgina web Ripollès Turisme i del Consell Comarcal.

Acció	Contingut de vídeo i fotogràfic per tal d'obtenir noves imatges homogènies per la creació dels nous materials per als mitjans publicitaris, continguts per les xarxes socials i web
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☐ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☒ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17
Objectiu específic	– Crear i elaborar contingut de vídeo i fotogràfic per tal d'obtenir noves imatges homogènies per la creació dels nous materials per als mitjans publicitaris, continguts per les xarxes socials i web.
Públic	☒ Intern ☐ Extern
Pressupost estimat	5.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe de l'anàlisi del banc d'imatges i de les necessitats detectades. – Material audiovisual creat en diferents formats: 1) alta resolució, 2) adaptat per a la seva publicació a la pàgina web i a les xarxes socials. – Material fotogràfic creat en diferents formats: 1) alta resolució, 2) adaptat per a la seva publicació a la pàgina web i a les xarxes socials. – Documents de cessió d'imatge, permisos, etc.

5.11. Assistència a fires i accions B2C

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la col·laboració i la participació directa i/o indirecta a esdeveniments, fires i accions B2C (*business to cosumer*) on participi la destinació de manera directa o representada;
- la revisió, la valoració i la selecció de les fires on participar que s'integri en el programa de fires de diversos organismes de promoció (especialment de l'Agència Catalana de Turisme, Patronat de Turisme Costa Brava Girona, entre altres ens de promoció);
- elaborar el pla de fires i definir, a més, 1 nova proposta concreta per assistir a una fira o esdeveniment turístic (genèric o sectorial) d'interès per a la comarca i gestionar l'organització i tota la logística necessària (transport, allotjament, dietes, contactes i similars) per a la participació de la destinació;
- la preparació de materials de promoció específics per a les fires i accions seleccionades;
- la creació d'una base de dades i l'establiment de contactes amb intermediaris i prescriptors dels mercats turístics emissors;
- la valoració dels resultats obtinguts.

Finançat per



Acció	Assistència a fires i accions B2C
Objectius generals	- Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. - Avançar en la transformació digital del Ripollès. - Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. - Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☒ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	Donar a conèixer la destinació i l'oferta turística de la comarca establint contactes amb els diferents mercats turístics emissors, <i>tour operators</i> i agències receptives i de viatges.
Públic	☒ Intern ☐ Extern
Pressupost estimat	3.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	- Pla de fires. - Document amb la nova proposta. - Informe final de resultats. - Base de dades en format Excel.

5.12. Trips com a instrument de promoció de la comarca

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- l'acompanyament i gestió de les preparacions necessàries per col·laborar amb els trips que altres ens gestors organitzen i lideren i que visiten la comarca com a una de les destinacions (per exemple *famtrips*, *presstrips*, *blogtrips* organitzats per l'Agència Catalana de Turisme o pel Patronat de Turisme Costa Brava Pirineu de Girona, etc.) al llarg de l'execució del servei;
- la preparació, els contactes, la logística (recursos humans i econòmics) i la participació amb les col·laboracions dels trips d'altres ens gestors: els costos necessaris seran assumits per l'empresa;
- preparació d'1 *trip* (s'escollirà entre *famtrips*, *presstrips*, *blogtrips*) de caràcter propi de la destinació per promocionar-la i generar continguts: la planificació, els contactes, la logística (recursos humans i econòmics), els costos, la dinamització i el seguiment seran assumits per l'empresa;
- la valoració dels resultats obtinguts.

Acció	Trips com a instrument de promoció de la comarca
Objectius generals	- Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. - Avançar en la transformació digital del Ripollès. - Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. - Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☒ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☐ ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15

	☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Donar a conèixer la comarca i els seus atractius sobre el terreny a través de viatges organitzats per a la generació de continguts i de promoció de la destinació.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	2.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Dossier <i>trip</i> propi. – Informe final de resultats. – Base de dades en format Excel.

5.13. Relat turístic emocional de marca

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la integració de la identitat de la comarca al model de turisme sostenible que s'està desenvolupant amb el Pla de sostenibilitat turística del Ripollès;
- l'elaboració del relat emocional i humà de la identitat de la marca turística i de la comarca, capaç d'incloure la transmissió dels valors i la missió de la comarca, el respecte de la comunitat local, la humanització de la marca, la fidelització dels visitants, i el foment del turisme sostenible i responsable amb la comunitat local i l'entorn;
- l'elaboració del relat ha de comptar amb una fase de treball de camp assumit per l'empresa que s'establirà a l'inici de la proposta: els contactes necessaris i la logística els realitzarà l'empresa de forma consensuada amb el Consell Comarcal.

Acció	Relat turístic emocional de marca
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Estructurar, diversificar i innovar en l'oferta turística. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☒ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☒ ODS8 ☐ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☒ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☒ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Crear un relat turístic emocional de marca que posi en valor la comarca, que connecti emocionalment les persones i transmeti el nou model turístic i el compromís per la sostenibilitat.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	2.500,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Dossier amb el relat emocional creat.

5.14. Continguts i aspectes relacionats amb la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat en els apartats de la pàgina web Ripollès Turisme en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès)

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- una anàlisi dels apartats del portal sota criteris de millora dels continguts per potenciar la sostenibilitat turística, la inclusivitat i l'accessibilitat a la destinació;
- l'elaboració de continguts coherents amb el relat turístic emocional creat i els aspectes de millora detectats per promoure la identitat de la marca i de la comarca a través d'un missatge atractiu i diferenciador;
- l'elaboració i publicació de 12 posts (contingut textual i gràfic) en el blog-web amb una proposta de temes vinculats amb la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat que posin en valor la destinació i una selecció de *hashtags* que millorin el posicionament del blog i de la pàgina web: la proposta de programació de les publicacions es presentarà inicialment de forma conjunta i es podrà adaptar i modificar segons les necessitats de la destinació;
- la traducció dels continguts per a poder-los incloure als apartats de la pàgina web en els quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès).

Acció	Continguts i aspectes relacionats amb la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat en els apartats de la pàgina web Ripollès Turisme en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès)
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☒ ODS9 ☒ ODS10 ☒ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17
Objectiu específic	– Crear i redactar continguts específics per a la pàgina web amb aspectes relacionats amb la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat en els quatre idiomes de la pàgina web (català, castellà, anglès i francès).
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	3.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe amb el recull de tots els continguts creats i introduïts a la pàgina web i al blog-web.

5.15. Estratègia de gestió i millores tant en continguts com en funcionalitat (UX/UI) i millores en el SEO on page

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- l'execució de les accions oportunes per millorar el posicionament als cercadors de la pàgina web Ripollès Turisme a partir de l'assessorament amb la creació de continguts en el blog del

web, l'execució d'auditories de continguts, l'estratègia de *linkbuilding*, l'optimització de l'experiència de l'usuari (UX) i la interfície d'usuari (UI), la millora del SEO *on page* a partir de paraules clau rellevants i altres aspectes tècnics per millorar la visibilitat del web en els cercadors: l'empresa assumirà la gestió i realitzarà la introducció de les accions a la pàgina web;

- l'assessorament estratègic, el monitoratge i l'analítica multimèdia;
- l'aplicació de les millores detectades executant els canvis necessaris proposats;
- la implementació d'estratègies de comunicació responsables;
- la valoració de resultats i la proposta de millores.

Acció	Estratègia de gestió i millores tant en continguts com en funcionalitat (UX/UI) i millores en el SEO <i>on page</i>
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☒ ODS9 ☐ ODS10 ☐ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☒ ODS17
Objectiu específic	– Definir l'estratègia de gestió i millores tant en continguts com en funcionalitat (UX/UI) i millores en el SEO <i>on page</i>, a través de la implementació d'accions que permetin millorar el posicionament de la pàgina web en els cercadors.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	2.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe de resultats i de les millores.

5.16. Activitats i esdeveniments a l'agenda turística de la pàgina web

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- la recollida i la introducció de totes les activitats a l'agenda de forma periòdica (mínim 2 cops a la setmana) per garantir que la informació arribi al públic final de forma clara i atractiva;
- la revisió regular de les etiquetes i la llegibilitat de les activitats publicades;
- la comprovació de la correcta visibilitat de les entrades a l'agenda i les propostes de millora en els casos que siguin necessaris seran assumits per l'empresa;
- l'aplicació de millores que incrementin l'*engagement* dels usuaris de l'agenda d'activitats;
- la traducció a quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès) d'aquelles activitats que per la seva tipologia i repercussió siguin d'interès a altres mercats emissors.

Acció	Activitats i esdeveniments a l'agenda turística de la pàgina web
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360°.

	– Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☒ ODS9 ☒ ODS10 ☒ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17
Objectiu específic	– Introduir i actualitzar a l'apartat de l'agenda de la pàgina web de totes les activitats i els esdeveniments que es realitzen a la comarca.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	5.521,27 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Excel amb el recull mensual de les activitats introduïdes.

5.17. Revisió i actualització dels apartats del portal web amb la creació de nous continguts, informació i dades, així com la seva traducció en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès)

Entre altres, inclou les següents activitats i funcions mínimes:

- a revisió exhaustiva un a un de tots els apartats de la pàgina web per detectar serveis, equipaments i infraestructures turístiques que falten en el directori, comprovar el funcionament dels enllaços, identificar textos pendents de traducció, depurar continguts obsolets, fer la correcció necessària dels textos publicats, etc. seran assumits per l'empresa;
- la cerca, els contactes i la gestió de la introducció de tota la informació detectada que falta en la revisió realitzada;
- l'elaboració de continguts, si escau, i la càrrega de la informació que falta, com dades d'empreses i serveis, en els directoris i apartats de la pàgina web;
- la traducció en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès) de tota la nova informació introduïda;
- la proposta de millores en els diferents apartats web per facilitar l'accés a la informació;
- la realització d'informes mensuals i un de final, amb les mètriques de la pàgina web.

Acció	Revisió i actualització dels apartats del portal web amb la creació de nous continguts, informació i dades, així com la seva traducció en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès)
Objectius generals	– Continuar evolucionant cap a una sostenibilitat i resiliència turística 360º. – Avançar en la transformació digital del Ripollès. – Millorar la imatge i la notorietat del Ripollès com a destinació turística. – Contribuir a la consecució dels ODS.
ODS	☐ ODS1 ☐ ODS2 ☐ ODS3 ☐ ODS4 ☐ ODS5 ☐ ODS6 ☐ ODS7 ☐ ODS8 ☒ ODS9 ☒ ODS10 ☒ ODS11 ☐ ODS12 ☐ ODS13 ☐ ODS14 ☐ ODS15 ☐ ODS16 ☐ ODS17

Objectiu específic	– Revisar i actualitzar la informació de la pàgina web optimitzant el servei que ofereix Ripollès Turisme.
Públic	☐ Intern ☒ Extern
Pressupost estimat	10.000,00 € IVA exclòs
Documentació a presentar	– Informe de mètriques mensual. – Formularis de dades introduïdes. – Base de dades en format Excel. – Informe final de resultats.

La naturalesa del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024** requereix una especial atenció en la coordinació de les funcions i activitats, donada la diversitat i el treball previ necessari per a la gestió i execució de les accions, garantint la promoció equitativa i l'equilibri territorial en les publicacions i els continguts. Tant la coordinació de totes les accions, com el percentatge màxim de comissió, ja està inclòs en el valor estimat del servei.

L'empresa contractista ha de presentar els informes i els documents corresponents a l'execució del servei referit indicats en cada una de les activitats i funcions. Tota la documentació es presentarà en format digital i en els casos que s'especifiquin hauran d'estar maquetats per a la visualització a l'apartat de publicacions de la pàgina web.

L'oferta que presenti l'empresa contractista ha d'abastar la totalitat d'especificacions d'aquest plec i del plec de clàusules administratives particulars, ja que són totes obligatòries per a l'admissió de les propostes.

Atès que l'objecte d'aquest contracte s'emmarca en el PRTR caldrà donar compliment a les obligacions i requisits establerts en l'Ordre HFP/1030/2021 i en l'Ordre HFP/1031/2021, ambdues de 29 de setembre. Així, **l'empresa contractista ha de presentar la documentació especificada** en el plec de clàusules administratives particulars, com una obligació contractual essencial (ANNEXOS 3 a 7).

6. CRONOGRAMA

6.1. La distribució de l'execució es detalla a continuació:

Accions (clàusula 5)	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
5.1.												
5.2.												
5.3.												

Finançat per



5.4.												
5.5.												
5.6.												
5.7.												
5.8.												
5.9.												
5.10.												
5.11.												
5.12.												
5.13.												
5.14.												
5.15.												
5.16.												
5.17.												

6.2. L'empresa contractista presentarà el **programa de treball** detallant i desglossant cada una de les accions en funció de les condicions i els terminis establerts en les clàusules 4, 5 i 6 d'aquest plec, en base a la reunió inicial realitzada.

6.3. L'execució del servei està condicionat en temps i forma a les condicions marcades en aquest plec i en el PCAP.

7.FINALITATS I OBJECTIUS QUE S'HAN D'ASSOLIR

7.1. Les finalitats a assolir donen compliment a les especificacions descrites a la clàusula 5 d'aquest plec, donant també compliment als principis transversals del Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR).

Concretament, les **finalitats** de les especificacions descrites a la clàusula 5. d'aquest plec són:

- Programar les accions i les campanyes de forma coherent al llarg de l'annualitat, tenint en compte tant les necessitats de contingut de vídeo i fotogràfic que comporti aquesta planificació així com les possibles adaptacions que puguin sorgir per la pròpia dinàmica de la destinació (clàusula 5.1.).
- Augmentar el reconeixement de la marca turística del Ripollès, complint les pautes de branding establertes, sota criteris de sostenibilitat aplicades en el disseny, els seus costos i la difusió a col·laboradors i professionals del sector turístic de la comarca (clàusula 5.2.).
- Incrementar l'*engagement* i la notorietat de la marca turística de la comarca a les xarxes socials (clàusula 5.3.).
- Vincular la comarca amb les diferents activitats i les temporades turístiques a través de les xarxes socials (clàusula 5.4.).

Finançat per



SECRETARIA D'ESTAT DE TURISME



- Captar nous seguidors i augment de tràfic a través d'anuncis de pagament per clic quan els usuaris realitzen cerques relacionades amb els termes o paraules clau associades als anuncis (clàusula 5.5.).
- Promocionar la comarca a través de diferents mitjans per millorar la seva imatge i posicionament (clàusula 5.6.).
- Augmentar el reconeixement de la marca turística entre el públic de proximitat i la població de la comarca del Ripollès (clàusula 5.7.).
- Augmentar el reconeixement de la marca turística a través de diferents mitjans de publicitat exteriors (clàusula 5.8.).
- Posicionar i diferenciar la marca turística afavorint les sinèrgies amb altres ens de promoció (clàusula 5.9.).
- Augmentar el reconeixement de la marca turística a través de diferents mitjans de publicitat exteriors (clàusula 5.10.).
- Posicionar i diferenciar la marca turística afavorint les sinèrgies amb altres ens de promoció (clàusula 5.11.).
- Nodrir el banc audiovisual i fotogràfic de la marca amb continguts d'alta qualitat per continuar comunicant la destinació sota un mateix estil i to comunicatiu (clàusula 5.12.).
- Donar a conèixer la destinació i les novetats de l'oferta turística del Ripollès en dues fires i accions B2C (clàusula 5.13.).
- Contribuir al treball en xarxa i al posicionament de la destinació en el mercat turístic (clàusula 5.14.).
- Connectar emocionalment amb el visitant i la població local (clàusula 5.13.).
- Transmetre la sostenibilitat, la inclusivitat i l'accessibilitat en els diferents apartats del portal Ripollès turisme (clàusula 5.14.).
- Consolidar la pàgina web Ripollès Turisme maximitzant les practiques efectives de SEO, enriquint l'experiència de l'usuari i millorant el posicionament web turisme (clàusula 5.15.).
- Consolidar l'agenda de Ripollès Turisme com el lloc web de referencia per estar actualitzat de les activitats i esdeveniments que es fan a la comarca (clàusula 5.16.).
- Actualitzar el directori del Ripollès Turisme com el lloc web de del sector turístic de la comarca (clàusula 5.17.).

7.2. L'execució de l'objecte de contracte del servei referit inclòs a l'**actuació 7** del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès dona compliment als següents objectius:

1. Donar continuïtat a l'estratègia de comunicació i de mitjans de la marca turística.
2. Potenciar el Ripollès com a destinació de turisme sostenible en els mercats turístics identificats.

El servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024 objecte d'aquest contracte, contribueix a la millora de les competències digitals i de posicionament de la destinació.

8. EQUIP TÈCNIC I REQUERIMENTS TÈCNICS GENERALS OBLIGATORIS DE LA PRESTACIÓ

L'empresa contractista ha d'ajustar -se, com a mínim, als requisits tècnics següents:

8.1. Disposar dels suficients mitjans tècnics, materials qualitius i personals per a desenvolupar les tasques que integren aquest contracte.

La empresa contractista ha de garantir l'estabilitat de l'equip: qualsevol variació haurà de ser informada i justificada i, en tot cas, no podrà alterar el bon funcionament del servei.

8.2. Les prestacions del contracte donaran compliment a les característiques tècniques mínimes fixades en aquest plec tècnic (PPTP).

8.3. L'empresa contractista donarà compliment a les condicions especials d'execució i a les obligacions descrites en el plec de clàusules administratives (PCAP).

8.4. L'empresa contractista ha de tenir en consideració que:

a) El servei està inclòs en una de les actuacions del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, en el marc del component 14, inversió 1, submesura 2, del Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR), finançat per la Unió Europea amb fons Next Generation, cal que l'empresa contractista tingui especial cura en:

- El compliment de la imatge corporativa determinada en els Manuals citats a la clàusula 3 d'aquest plec tècnic, així com de les condicions marcades en l'àmbit comunicatiu a l'article 9 de l'Ordre HFP/1030/2021 de 29 de setembre (enllaç al text consolidat: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2021/BOE-A-2021-15860-consolidado.pdf>).

En totes les mesures d'informació i comunicació, s'haurà de reconèixer el suport del PRTR i la Unió Europea-Next Generation a l'operació, incloent els logotips segons els criteris establerts de mida, alçada i amplada; també hi hauran de constar els logotips de la Generalitat de Catalunya i del Next Generation-Catalunya; i el del Consell Comarcal del Ripollès com a ens beneficiari.

A continuació es posa un exemple de text de reconeixement i un faldó amb la col·locació dels logos mencionats:

Pla de sostenibilitat turística del Ripollès
Convocatòria extraordinària 2021, inclòs en el Pla territorial de sostenibilitat
turística en destinacions Catalunya 2021 del Programa de Plans de sostenibilitat

**turística en destinacions (PSTD) del Pla de Recuperació, Transformació i
Resiliència (PRTR), finançat per la Unió Europea – Next Generation EU**

Finançat per

Unió Europea
Fons Europeu
Next GenerationSECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME

- No proposar en cap cas modificacions de contracte que no s'ajustin estrictament a la normativa vigent del PRTR.
- b)** El servei està inclòs a l'estratègia turística de la comarca del Ripollès, cal que l'empresa contractista tingui especial cura en:
 - El compliment de la imatge de la marca turística del Ripollès.
En totes les mesures d'informació i comunicació s'hi haurà d'incloure el logotip de la marca, segons el manual: <https://ripolles.cat/fitxers/marca-turisme-manual.pdf>
A continuació es mostra la marca turística en algunes de les tipologies mencionades dins del manual:

**EL RIPOLLÈS**
Viu la teva història al Pirineu

- c)** El servei ha d'alinejar les seves propostes comunicatives als ODS (Objectius de Desenvolupament Sostenible) per facilitar l'avaluació de la seva contribució cap a la sostenibilitat i assolir la responsabilitat cap a unes accions orientades a l'Agenda 2030.

8.5. Atès que l'objecte del contracte forma part d'una de les actuacions incloses en l'eix 3 de Transició digital, cal que l'empresa contractista executi el servei potenciant les competències digitals i la sostenibilitat responsable de les propostes.

8.6. Atès que el servei referit està emmarcat en la destinació turística del Ripollès, cal que l'empresa/professionals contractats tinguin en compte, de manera especial, la planificació i l'estratègia turística de les comarques gironines, de Catalunya, i de l'Estratègia de turisme sostenible 2030.

Finançat per

Unió Europea
Fons Europeu
Next GenerationSECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME

9. FORMES DE SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DE LES CONDICIONS

9.1. Amb caràcter general, el Consell Comarcal del Ripollès controlarà el compliment dels terminis acordats, així com la qualitat i l'adequació del servei objecte de contractació i la coordinació de l'execució del mateix segons els estàndards de la corporació.

9.2. Correspon a la tècnica coordinadora per executar el Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès el control, el seguiment i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament de les tasques indicades en aquest plec i en el marc del PRTR.

9.3. L'empresa contractista ha de designar una persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, que haurà de garantir la qualitat de la prestació que executa tal com s'estableix en aquest plec, i tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec, amb la tècnica coordinadora per executar el Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès.

9.4. Aquestes persones s'han de reunir amb una **periodicitat mínima quinzenal** per tal de supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte a fi d'assegurar que s'està executant de conformitat amb aquest plec.

Aquestes reunions periòdiques de seguiment es duran a terme de forma telemàtica, tot i fixar-se un **mínim de tres reunions presencials** al llarg de tota l'execució de l'objecte del contracte.

9.5. S'efectuarà el **seguiment i el control** del compliment de cada requeriment tècnic com es detalla a continuació:

- a) Inici del servei,** la tècnica coordinadora per executar el Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès farà el seguiment i control de:
 - La convocatòria de la primera reunió presencial amb l'empresa adjudicatària a la seu del Consell Comarcal del Ripollès, es realitzarà segons les especificacions donades a les clàusules 4 i 5 d'aquest plec, a comptar des de la data de la formalització del contracte.
- b) Durant l'execució del servei** la tècnica coordinadora per executar el Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès farà el seguiment i control de:
 - El recull de materials de consulta que les empreses contractistes sol·licitin de forma justificada a l'execució del servei.
 - El correcte desenvolupament del programa de treball.
 - La programació de les reunions de seguiment, així com el format en el que es faran (presencial i/o virtual), segons sigui més convenient.
 - L'empresa contractista ha d'especificar les necessitats i els entrebancs que puguin sorgir al llarg de l'execució amb temps suficient per a poder aplicar les mesures correctores adequades.

- Per a aquesta finalitat seran d'aplicació les especificacions del plec de clàusules administratives particulars, les d'aquest plec de prescripcions tècniques particulars i de la memòria justificativa de la necessitat de contractació. Ara bé, donat que l'objecte de contracte s'inclou en les actuacions del Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès, seran d'aplicació totes les especificacions de seguiment i control que s'indiquin des de l'ens beneficiari no previstes en les documentacions citades i que afectin l'execució en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea – Next Generation EU.
 - L'empresa contractista presentarà les factures mensuals corresponents segons estableixi el PCAP, a fi de poder-se realitzar les propostes d'aprovació del certificat de despesa corresponents.
 - La presentació per part de l'empresa contractista dels resultats de les accions i funcions establertes en la clàusula 4 i clàusula 5 d'aquest plec, en temps i forma.
 - El seguiment de l'execució del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès, el manteniment de la pista d'auditoria de les actuacions i la traçabilitat de les mesures, així com el registre de la documentació acreditativa i la veracitat de la mateixa.
 - L'empresa contractista està obligada a atendre els requeriments documentals, d'informació o de qualsevol altre tipus que el Consell Comarcal del Ripollès li sol·liciti.
- c) A la **finalització del servei** la tècnica coordinadora per executar el Pla de Sostenibilitat Turística del Ripollès farà el seguiment i control de:
- La convocatòria de la reunió presencial de tancament del servei a la seu del Consell Comarcal del Ripollès, la qual comporta el lliurament final de tota la documentació i materials, així com la presentació i valoració de resultats i dins del termini d'execució corresponent.

9.6. Atès l'obligat compliment dels principis transversals del PRTR, la verificació i els controls finals aniran documentats i l'empresa contractista signarà les corresponents declaracions que resultin necessàries.

10. RECEPCIÓ DEL SERVEI

10.1. Dins del termini d'un mes a comptar des de la finalització del servei, s'estendrà l'**acta de recepció final del servei** formal, amb el vistiplau del Consell Comarcal del Ripollès.

- Prèvia aportació de tota la documentació i dels materials indicats a les clàusules 4, 5 i 10 d'aquest plec.

Finançat per



SECRETARIA D'ESTAT
DE TURISME



10.2. L'empresa contractista ha d'assistir als actes de reunió i recepció convocades pel Consell Comarcal del Ripollès.

10.3. L'empresa contractista ha de conservar tota la documentació relacionada amb el servei durant el termini mínim de 5 anys, des de la finalització del PRTR.

10.4. A partir de la data de la formalització de l'acta de recepció, començarà a córrer el termini mínim de garantia d'un any.

La tècnica coordinadora del Pla de sostenibilitat turística del Ripollès serà la persona designada pel Consell Comarcal del Ripollès com a responsable de verificar els resultats, prèviament al seu lliurament.

Un cop lliurats segons les indicacions donades, també serà la responsable de validar el lliurament donant compliment a la versió verificada de les accions i dels materials del servei.

11. DOCUMENTACIÓ TÈCNICA QUE HA D'APORTAR L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA

Les especificacions tècniques proposades per l'empresa contractista en la seva oferta esdevindran condicions de compliment obligat al llarg de l'execució del contracte si aquesta esdevé l'adjudicatària.

S'especifica en el següent quadre resum la documentació tècnica que l'empresa ha d'aportar en cada una de les fases d'execució de l'objecte del contracte, segons l'establert en el PCAP i en aquest plec tècnic:

Documentació	
Previ a l'inici del servei	Declaració de compromís en relació amb l'execució de les actuacions del PRTR*.
	Declaració de cessió i tractament de dades en relació amb l'execució de les actuacions del PRTR*.
	DACI Declaració d'absència de conflicte d'interessos de beneficiaris*.
	Declaració responsable sobre el compliment del principi de no causar perjudici significatiu als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del reglament (UE) 2020/852*.
	Informació del contractista / subcontractista en relació amb l'execució de les actuacions del PRTR*.
Inici del servei	Les empreses subcontractistes informades presentaran les declaracions corresponents*.
	Programa de treball del servei (veure clàusula 5).
Execució del servei	Veure les especificacions corresponents (clàusula 5).

Finalització del servei	Veure les especificacions corresponents (clàusula 5).
-------------------------	---

*Aquestes declaracions es troben en els annexos del PCAP (ANNEXOS 3 a 7).

L'empresa contractista del servei ha d'incloure, a més, tots aquells documents que siguin requerits per l'òrgan de contractació i la pista d'auditoria del PRTR.

12. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

La prestació del **servei per a l'execució del programa operatiu de comunicació i màrqueting digital 2024** objecte d'aquest contracte comporta el desenvolupament o posada a disposició de productes protegits per un dret de propietat intel·lectual o industrial, que seran cedits al Consell Comarcal del Ripollès, de conformitat al que estableix el plec de clàusules administratives (PCAP).

El preu de la contractació del servei referit comprèn la retribució dels drets de propietat intel·lectual cedits per les empreses contractistes.

Ripoll, datat i signat electrònicament.

Finançat per

