



Diputació de Girona

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació del servei de comunicació i relacions públiques del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA en el mercat espanyol i català, mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació, subjecte a regulació harmonitzada



1. ANTECEDENTS

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona (en endavant 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. També, l'entitat dóna suport a les institucions i a tot l'empresariat del territori en l'estructuració i en la comercialització dels productes i serveis turístics. Tanmateix vetlla per la millora de la competitivitat constant i per la sostenibilitat del desenvolupament de l'activitat turística.

El PTCBG diversifica 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 cinquanta empreses i institucions del sector turístic gironí.

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

- Natura i Turisme Actiu
- Cultura i Identitat
- Salut i Benestar
- Ruta del Vi DO Empordà
- Enogastronomia
- Unique – Premium
- MICE
- Golf
- Esportiu

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

Cada club elabora, mitjançant els diferents processos participatius, el pla específic d'accions de cada producte.

També cal tenir en compte que els segments de mercat que es treballen des del PTCBG són, majoritàriament, els següents:

- Familiar
- Parelles
- Grup d'amics
- Sènior
- Inclusiu

Segons l'establert en el Pla d'accions i objectius del Patronat 2024 es determina el mercat nacional i estatal com un dels mercats estratègics pel sector turístic de les comarques gironines, atesa la rellevància estratègica que tenen per a les marques Costa Brava i Pirineu de Girona. Per aquest motiu s'estableix l'organització de diverses accions promocionals, tant genèriques com específiques per productes, tant a origen com a destinació.



2. OBJECTE

L'objecte del present plec és establir les condicions tècniques que regiran la contractació del servei de comunicació i relacions públiques del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA per a la proposta, concreció, coordinació, execució i valoració d'accions promocionals en el mercat espanyol i català.

L'empresa adjudicatària del present objecte de contractació haurà de dissenyar de forma consensuada amb el PTCBG un pla d'accions promocionals i de comunicació, presencials, híbrides i/o online, així com també coordinar, executar i valorar, tot mesurant-ne els resultats, les accions promocionals i de comunicació derivades d'aquest pla.

S'entén en tot cas que els requisits exigits en aquest plec tenen la consideració de mínims o bàsics, per a poder ajustar-se als objectius de qualitat pretesos pel PTCBG. El licitador podrà millorar aquestes condicions en la seva oferta, tenint en compte que tot l'ofert com a millora serà d'obligat compliment.

3. EXCLUSIONS

3.1. Exclusions totals

Queden exclosos de l'esmentat contracte els següents clubs de màrqueting i de producte, atès que ja disposen d'un contracte d'adjudicació que els presta el servei objecte d'aquesta licitació:

- Costa Brava Girona Convention Bureau (MICE)
- Club de Golf
- Club de Turisme Esportiu

3.2. Exclusions específiques

Degut a l'especificitat d'alguns dels clubs de producte del PTCBG i a la necessitat d'accés a bases de dades de prescriptors Media & Trade molt segmentades, queden excloses d'aquesta licitació les accions promocionals específiques d'un sol club de producte. Els productes que es veuen afectats per aquesta exclusió són:

- Natura i Turisme Actiu
- Cultura i Identitat
- Salut i Benestar
- Ruta del Vi DO Empordà
- Enogastronomia
- Unique – Premium

4. SERVEIS OBJECTE DEL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària durà a terme un pla específic d'accions promocionals i de comunicació pel mercat català i espanyol.

Aquest pla d'accions promocionals i de comunicació anual, que s'anirà concretant a través de reunions periòdiques amb el PTCBG, haurà d'estar en concordança amb les



línies estratègiques del PTCBG i haurà de ser dúctil front les tendències turístiques de cada moment així com als canvis sobrevinguts i circumstancials del sector.

Tanmateix, l'empresa adjudicatària podrà proposar tipologies d'accions diferents a les exposades en aquests plecs, les quals s'hauran de consensuar amb el PTCBG per tal de determinar-ne la seva idoneïtat i aplicació.

Aquest pla d'accions promocionals i de comunicació s'integrarà en el Pla d'Accions i Objectius anual del PTCBG, i haurà de ser entregat per l'adjudicatari a finals d'any. Aquest document haurà de ser en format pdf i amb una extensió mínima de 10 pàgines i serà revisable a petició del PTCBG en funció de la conjuntura del moment, quina versió definitiva s'haurà d'entregar en el termini màxim d'un mes a partir de l'inici del contracte en el cas del primer any.

Les accions de comunicació i promoció Trade i Media d'aquest contracte són accions genèriques de destinació i/o accions multiproducte, que engloben com a mínim dos clubs de producte, dels especificats en el punt 3.2 d'aquest plec.

Les accions promocionals podran ser presencials, híbrides o virtuals en funció de les necessitats del PTCBG. En cas d'accions híbrides i virtuals, l'empresa adjudicatària haurà de disposar de les plataformes online adients per a dur a terme l'acció amb plenes garanties d'èxit. Si en el moment de dur a terme l'acció, el PTCBG considera que aquesta no s'ajusta a les necessitats o a les circumstàncies del moment, l'empresa adjudicatària quedarà obligada a adaptar l'acció a les propostes que el PTCBG exigeixi.

En tot cas, l'empresa adjudicatària s'encarregarà de totes les gestions relacionades amb els prescriptors i el PTCBG de totes les relacionades amb els seus membres dels clubs de producte.

L'abast del present Plec de Prescripcions Tècniques inclou les següents prestacions, que s'hauran d'adaptar segons el mercat de referència del lot al que concorren:

- **Prestació 1: Serveis estructurals i operacionals**
- **Prestació 2: Serveis variables**

4.1. Serveis estructurals i operacionals:

Es tracta d'un servei estratègic i de gestió fixa que es desenvoluparà durant tota la durada del contracte i que consisteix en:

- Suport i assessorament continuat al PTCBG respecte les tendències del mercat de referència i les possibles oportunitats, així com de tota aquella informació que es consideri rellevant pel bon desenvolupament de l'objecte del contracte.
- Representar la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona en el mercat de referència.
- Identificació de prescriptors de valor pel PTCBG tant *Trade* com *Media*.
- Realització de reunions periòdiques que es duren a terme entre l'empresa adjudicatària i el PTCBG per al control, evolució i coordinació de les diferents accions.
- Assessorament sobre possibles actuacions en casos de situació de crisi.



- Gestió i trasllat al PTCBG de les peticions per part de prescriptors *Media i Trade* que puguin arribar a l'empresa adjudicatària sobre la destinació.
- Servei de **comunicats al sector turístic** informant-los de les novetats a través d'enviaments de comunicats, ja sigui a través de correus informatius i/o notes de premsa o altres eines de comunicació i/o plataformes pròpies de l'empresa licitadora. El contingut d'aquest enviament, que podrà ser tant genèric com específic per producte, l'elaborarà l'adjudicatari amb l'assessorament del PTCBG.
 - o Enviament anual de 6 notes de premsa orientades a *Media*.
 - o Enviament anual de 6 newsletters orientades a *Trade*.

4.2. Serveis variables

S'entenen inclosos en aquests serveis aquells referents a la preparació, realització i seguiment post acció, segons l'especificat de les diferents tipologies, descrites en els següents apartats.

4.2.1. Acció promocional Trade

Acció dirigida a prescriptors *Trade* que consta d'una presentació de la destinació i una sessió posterior de treball (workshop), entre empresaris del territori i prescriptors *Trade*, per tal de fomentar la comercialització dels seus productes. Aquestes accions poden ser en origen o en format invers, a la destinació.

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Conceptualització de l'esdeveniment promocional.
- Selecció de dates per l'esdeveniment en base al coneixement de mercat de l'empresa adjudicatària.
- Recerca de possibles espais per a dur a terme l'acció en base a les necessitats de l'acció i coordinació, en cas de ser necessari, de les visites d'inspecció del personal del PTCBG.
- Selecció dels prescriptors *Trade* i justificació de la seva idoneïtat respecte a l'acció a realitzar.
- Disseny, enviament i seguiment de la convocatòria als prescriptors, mitjançant correu-e, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària. **El PTCBG proporcionarà el disseny i contingut de les invitacions/correu-e, excepte en el supòsit que l'adjudicatària compti amb una plataforma pròpia per a la convocatòria que incorpori un disseny específic i exclusiu, prèviament validat pel PTCBG, i sense cost addicional*".
- Gestió de les inscripcions dels prescriptors i re-cofirmació dels assistents uns dies abans de l'acció.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada prescriptor, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.
- Creació d'una base de dades dels participants de l'acció que passarà a ser propietat del PTCBG. La base de dades haurà d'incloure com a mínim la següent informació de cadascun dels participants: nom i cognoms, càrrec dins de l'empresa, correu electrònic, telèfon de contacte, nom de l'empresa, web, adreça postal i breu descripció de l'empresa.



- El dia de l'acció promocional serà necessària la presència d'un representant de l'empresa adjudicatària durant tot el desenvolupament de l'acció per tal de realitzar la gestió i acompanyament dels prescriptors convocats.
- Un cop realitzada l'acció, l'empresa adjudicatària haurà de fer un sondeig de satisfacció a tots els prescriptors participants, i haurà de fer arribar el feedback al PTCBG.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit de l'acció promocional.

L'empresa adjudicatària es compromet a l'assistència **d'un mínim de 25 prescriptors de valor Trade** a l'acció promocional.

En cas de que l'empresa no arribi a aquest mínim, el PTCBG decidirà si vol executar l'acció en els nous termes. El preu final de l'acció es veurà reduït proporcionalment (%) al nombre de prescriptors confirmats respecte al nombre mínim requerit.

4.2.2. Acció promocional *Media*

Es tracta d'accions dirigides a prescriptors *Media* que consten d'una presentació de la destinació i una sessió posterior networking, entre empresaris del territori i prescriptors *Media* per tal de promoure les destinacions Costa Brava i Pirineu de Girona i la seva oferta turística. Aquestes accions poden ser en origen o en format invers, a la destinació.

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Conceptualització de l'esdeveniment promocional.
- Selecció de dates per l'esdeveniment en base al coneixement de mercat de l'empresa adjudicatària.
- Recerca de possibles espais per a dur a terme l'acció en base a les necessitats de l'acció i coordinació de les visites d'inspecció del personal del PTCBG.
- Selecció dels prescriptors *Media* i justificació de la seva idoneïtat respecte a l'acció a realitzar.
- Disseny, enviament i seguiment de la convocatòria als prescriptors, mitjançant correu-e, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària. **El PTCBG proporcionarà el disseny i contingut de les invitacions/correu-e, excepte en el supòsit que l'adjudicatària compti amb una plataforma pròpia per a la convocatòria que incorpori un disseny específic i exclusiu, prèviament validat pel PTCBG, i sense cost addicional.*
- Gestió de les inscripcions dels prescriptors i re-cofirmació dels assistents uns dies abans de l'acte.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada prescriptor, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.
- El dia de l'acció promocional serà necessària la presència d'un representant de l'empresa adjudicatària durant tot el desenvolupament de l'acció per tal de realitzar la gestió i acompanyament dels prescriptors convocats.
- Creació d'una base de dades dels participants de l'acció que passarà a ser propietat del PTCBG. La base de dades haurà d'incloure com a mínim la següent informació de cadascun dels participants: nom i cognoms, càrrec dins



de l'empresa, correu electrònic personal, telèfon de contacte, nom del mitjà, adreça postal, web i breu descripció del mitjà.

- Un cop realitzada l'acció, l'empresa adjudicatària haurà de fer un sondeig de satisfacció a tots els prescriptors participants, i haurà de fer arribar el feedback al PTCBG.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit de l'acció promocional.

L'empresa adjudicatària es compromet a l'assistència **d'un mínim de 15 prescriptors de valor *Media*** a l'acció promocional.

En cas de que l'empresa no arribi a aquest mínim, el PTCBG decidirà si vol executar l'acció en base als nous termes. El preu final de l'acció es veurà reduït proporcionalment (%) al nombre de prescriptors confirmats respecte al nombre mínim requerit.

4.2.3. Famtrips

Els famtrips són **viatges de familiarització individuals de prescriptors *Trade* de valor** interessats en conèixer el territori i la seva oferta turística, per tal d'iniciar o ampliar la seva programació i comercialització.

En funció de la naturalesa dels prescriptors *Trade* i de les necessitats del projecte del PTCBG, aquest podrà plantejar un **famtrip grupal** aglutinant diversos prescriptors.

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Disseny, enviament i seguiment de la convocatòria del famtrip als prescriptors, mitjançant correu-e, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària.
- Selecció de forma consensuada amb el PTCBG dels prescriptors *Trade* i justificació de la seva idoneïtat pel famtrip.
- Definició de les necessitats i interessos del prescriptor *Trade* a l'hora de conèixer la destinació, per tal de tenir-los en compte en el disseny del programa del famtrip.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada prescriptor, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.
- Un cop realitzada l'acció, l'empresa adjudicatària haurà de fer un sondeig de satisfacció a tots els prescriptors participants, i haurà de fer arribar el feedback al PTCBG.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit del famtrip.

4.2.4. Presstrips

Els presstrips són **viatges de premsa individuals de prescriptors *Media* de valor** interessats en conèixer el territori i la seva oferta turística, per tal de posteriorment publicar contingut del seu viatge en mitjans de premsa tant online com offline.



En funció de la naturalesa dels prescriptors *Media* i de les necessitats del projecte del PTCBG, aquest podrà plantejar un **presstrip grupal** aglutinant diversos prescriptors.

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Disseny, enviament i seguiment de la convocatòria del presstrip als prescriptors, mitjançant correu-e, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària.
- Selecció dels prescriptors *Media* de forma consensuada amb el Patronat i justificació de la seva idoneïtat pel presstrip.
- Definició de les necessitats i interessos del prescriptor a l'hora de conèixer la destinació, per tal de tenir-los en compte en el disseny del programa del presstrip.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada prescriptor, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.
- Un cop realitzada l'acció, l'empresa adjudicatària haurà de fer un sondeig de satisfacció a tots els prescriptors participants, i haurà de fer arribar el feedback al PTCBG.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit del presstrip.

4.2.5. Trips amb creadors de continguts

Els trips amb creadors de continguts són una estratègia de màrqueting que intenta aprofitar la influència que certes persones són capaces d'exercir sobre la seva comunitat de seguidors a blocs i xarxes socials per a promocionar la destinació i la seva oferta turística.

En funció de la naturalesa dels creadors de contingut i de les necessitats del projecte del PTCBG, aquest podrà plantejar un **trip grupal** aglutinant diversos creadors de continguts

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Disseny, enviament i seguiment de la convocatòria del trip amb els creadors de continguts, mitjançant correu electrònic, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària.
- Selecció de creadors de continguts de forma consensuada amb el PTCBG i justificació de la seva idoneïtat pel trip.
- Definició de les necessitats i interessos del creador de contingut a l'hora de conèixer la destinació, per tal de tenir-los en compte en el disseny del programa del trip.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada creador de contingut, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.



- Un cop realitzada l'acció, l'empresa adjudicatària haurà de fer un sondeig de satisfacció a tots els prescriptors participants, i haurà de fer arribar el feedback al PTCBG.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit del trip.

4.2.6. Agendes comercials:

Les agendes comercials són presentacions del PTCBG de la destinació i de la seva oferta turística presencials i/o online, a les oficines dels prescriptors *Trade*, per tal de fomentar-ne la seva comercialització.

Poden ser agendes tant genèriques com específiques de diversos productes. Cada agenda comercial ha de planificar les visites a un mínim de **10 prescriptors de valor**, al llarg d'un viatge de 2 o 3 dies.

En cas de que l'empresa no arribi a aquest mínim, el PTCBG decidirà si executar l'acció en base als nous termes. El preu final de l'acció es veurà reduït proporcionalment (%) al nombre de prescriptors confirmats respecte al nombre mínim requerit.

L'empresa adjudicatària haurà de treballar de forma consensuada amb el PTCBG en:

- Selecció dels prescriptors *Trade* i justificació de la seva idoneïtat respecte a l'acció a realitzar. L'empresa adjudicatària facilitarà un primer llistat (raó social, adreça i dades de contacte) dels prescriptors susceptibles de ser visitats pel PTCBG en funció de les necessitats. Un cop el PTCBG prioritzi els que considera més idonis, l'empresa adjudicatària s'hi posarà en contacte per tal de planificar les visites corresponents.
- Agendació de les visites comercials amb els prescriptors *Trade*, mitjançant correu-e, trucades telefòniques o plataformes pròpies de l'empresa adjudicatària.
- Creació d'una agenda, que haurà de contenir com a mínim la següent informació:
 - Raó social del prescriptor
 - Data i hora de la visita.
 - Adreça
 - Persona de contacte i càrrec. L'adjudicatari es compromet a facilitar una persona de contacte amb poder de decisió suficient per a poder incloure la destinació i la seva oferta entre els seus productes.
 - Dades de contacte: telèfon i correu electrònic.
 - Breu descripció de l'empresa.
- Re-confirmació de les visites comercials uns dies abans de l'acció.
- Gestió de la documentació interna amb els requeriments específics de cada prescriptor, si s'escau. El PTCBG posarà a disposició de l'empresa adjudicatària els models de documentació interna a complimentar en cada cas, que es consensuaran amb l'empresa adjudicatària.
- Seguiment i derivació al PTCBG, un cop realitzada l'acció, de tot tipus de peticions que puguin arribar a l'empresa adjudicatària fruit de l'agenda comercial.

4.2.7. Servei d'acompanyament de trips

Si bé els trips individuals no precisaran d'acompanyament, el PTCBG podrà sol·licitar a l'empresa licitadora l'acompanyament dels trips grupals que es puguin requerir.

En el cas dels trips amb acompanyament el PTCBG assumirà, de manera excepcional, les despeses d'allotjament, manutenció i desplaçament pel territori, donat que el Patronat prioritza l'allotjament i el trasllat dels seus convidats en establiments i/o empreses de transport membres dels Clubs de Producte del PTCBG, els quals paguen una quota anual per ser socis, i alhora entre les seves obligacions està oferir gratuïtats, i reducció de preu sobre tarifa, a les sol·licituds d'allotjament i de servei de trasllats realitzades pel PTCBG.

La resta de despeses, com la de desplaçament d'origen de l'adjudicatari a destí i viceversa, correran a càrrec de l'empresa adjudicatària.

Aquests acompanyaments tindran una durada màxima de 4 dies, 3 nits.

5. EQUIP HUMÀ REQUERIT:

5.1. L'equip de treball requerit per a l'execució del present contracte haurà d'estar format, com a mínim per:

- **Cap de projecte** (director/a de compres): haurà de disposar d'un mínim de 5 anys d'experiència en projectes similars al de l'objecte del contracte en el mercat espanyol i català.
- Un **tècnic** (executiu/va de compres) **especialitzat en prescriptors Trade**: haurà de disposar d'un mínim de 3 anys d'experiència com assessor/representant comercial especialitzat en l'organització d'esdeveniments en el mercat espanyol i català.
- Un **tècnic** (executiu/va de compres) **especialitzat en prescriptors Press i creadors de continguts**: haurà de disposar d'un mínim de 3 anys d'experiència com assessor/representant comercial especialitzat en l'organització d'esdeveniments en el mercat espanyol i català.

Una única persona no podrà ostentar més d'un rol, assignant-se així cada perfil requerit de l'equip de treball a una persona distinta.

El perfil de cap de projecte actuarà com a coordinador de l'equip de treball, serà el responsable i representant davant del PTCBG, així com l'interlocutor en el disseny i concreció del pla de màrqueting operacional anual.

Els perfils tècnics assistiran al departament de màrqueting del PTCBG, tant en la gestió tècnica i executiva com en el desenvolupament de l'acció.

5.2. Pel perfil de cap de projectes es requereix, a més, els següents coneixements:



- Coneixement geogràfic i turístic de la demarcació de Girona.
- Coneixements de l'oferta turística i dels clubs de producte de la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- Coneixement dels diferents actors i públics del sector del turisme.
- Coneixement de màrqueting en l'activitat comercial.
- Coneixement de la demanda del turisme del mercat espanyol i català.
- Coneixement de la premsa especialitzada del sector trade i media espanyol i català tan genèriques com específiques.

5.3. L'empresa contractista ha de disposar, durant tota l'execució del contracte, del personal necessari per desenvolupar l'objecte contractual, el qual ha d'acomplir amb les especificitats tècniques establertes en aquest plec.

5.4. El personal haurà de conèixer la normativa i procediments existents en quant al desenvolupament de la seva activitat.

5.5. Els canvis de les persones responsables davant del Patronat hauran de ser comunicats immediatament.

6. INFORMES

6.1. Informes corresponents a la prestació 1 (trimestral)

L'adjudicatari haurà d'elaborar un informe trimestral on s'haurà d'informar d'aquestes tasques amb el seguiment del treball realitzat. Concretament:

1. Anàlisi del mercat amb informació del comportament, tendències i novetats, així com també recomanacions, noves línies de treball i oportunitats de promoció, tant a nivell genèric com específic de producte.
2. Proposta de noves accions, si s'escau, que siguin d'interès per la promoció de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, tant genèrica com específica de producte en substitució de les anteriorment proposades.
3. Resultats de l'enviament de comunicats, on caldrà que hi consti: l'eina de comunicació, el títol de l'enviament, el número d'enviaments realitzats i el percentatge d'obertura dels comunicats, si s'escau.
4. Relació dels prescriptors facilitats al PTCBG, durant el període en qüestió, així com les seves dades de contacte .

Aquest informe s'haurà de presentar a principis de mes, a trimestre vençut, en format pdf, i amb una extensió mínima de 10 pàgines.

6.2. Informes corresponents a la prestació 2 (per a cada acció executada)

Aquest informe s'haurà de presentar durant els 30 dies posteriors a la finalització de l'acció, en format pdf, i amb una extensió mínima de 5 pàgines, i haurà de tenir el contingut mínim següent:

1. Anàlisi dels resultats del sondeig de satisfacció.



2. Resultats inicials de la prescripció o comercialització del territori i/o empreses i entitats. Caldrà que hi consti el nom del mitjà o operador participant de l'acció, el nom i la data de l'acció i els resultats obtinguts a través de *clippings* i/o links.
3. Conversió dels contactes operadors/mitjans proposats, a viatges materialitzats en la destinació.
4. Avaluació dels indicadors d'objectius operatius a curt termini.

Tot i així, l'adjudicatari haurà de fer un seguiment de resultats posteriors i avaluació dels indicadors d'objectius operatius a mig termini.

En el cas dels presstrips, aquest informe haurà d'anar acompanyat del clipping amb la publicació dels articles derivats de la seva execució, i que serà condició *sine qua non* per tal de poder presentar la factura. En cas de que passats 5 mesos, l'adjudicatari no pugui justificar la publicació de dits treballs, haurà de presentar un informe justificatiu detallant aquest motiu i la data estimada de publicació, obligant-se en tot cas al seu seguiment i posterior remesa al Patronat un cop publicat.

6.3. Pla d'accions promocionals i de comunicació (anual)

Aquest pla d'accions promocionals i de comunicació s'integrarà en el Pla d'Accions i Objectius anual del PTCBG.

Aquest document haurà de ser en format pdf i amb una extensió mínima de 10 pàgines i serà revisable a petició del PTCBG en funció de la conjuntura del moment, quina versió definitiva s'haurà d'entregar en el termini màxim d'un mes a partir de l'inici del contracte en el cas del primer any, i durant el mes de setembre de l'any en curs (anterior a l'anualitat a la que aquest farà referència) per la resta d'anualitats.

6.4. Informe d'avaluació del pla de màrqueting operacional (anual)

Un cop s'hagi executat tot el pla de màrqueting operacional dissenyat, s'haurà d'elaborar un informe final d'avaluació, que haurà de contenir com a mínim, els següents punts:

1. Anàlisi i avaluació global de les accions realitzades, destacant les que han tingut millors i pitjors resultats, tot indicant-ne els motius.
2. Punts forts i punts febles identificats, tant en relació al seu disseny com a la seva execució.
3. Proposta d'accions de millora.

Tots els informes hauran d'anar subscrits pel cap de projecte i entregats abans de la finalització de l'anualitat del contracte i de les corresponents pròrrogues en cas de que s'executin.

7. 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). El 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 dels licitadors 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 del 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 del 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) els licitadors 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. El 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 el 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'encarregat 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. El contractista, en qualitat d'encarregat del tractament, destinarà les dades exclusivament a la finalitat de prestar el servei del servei de comunicació i relacions públiques per a proposta, concreció, coordinació, execució i valoració d'accions promocionals del Patronat i 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 Patronat li facilitarà.
6. En el cas que es subcontractessin treballs propis de l'encàrrec de tractament, el subcontractat quedarà obligat només davant el 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 del contractista principal.
7. Les obligacions del contractista com a encarregat del tractament tenen 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*.



8. Atès que aquest tractament de dades per part del contractista, actuant en qualitat d'encarregat del tractament, s'efectuarà en servidors propis o contractats a l'efecte pel contractista, en compliment de l'article 122.2. de la *Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic* en la presentació de l'oferta els licitadors informaran de si tenen previst subcontractar els servidors o els serveis associats a aquests servidors, així com el nom o el perfil empresarial, fent referència a les condicions de solvència professional o tècnica, dels subcontractistes. Així mateix, el licitador presentarà una declaració responsable **dins del sobre A**, en la qual informaran de la ubicació dels servidors, i que en tot cas hauran d'estar ubicats dins l'espai de la Unió Europea, i dels serveis que es prestaran associats a aquest servidors, d'acord amb el model que figura a l'**Annex 7** del plec de clàusules administratives d'aquest procediment.

8. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Els drets de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació dels textos, dissenys, fotografies, audiovisuals i altres materials resultants de l'execució del contracte, 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.

A la finalització del contracte l'adjudicatari els deixarà d'utilitzar i comunicarà al Patronat els administradors o altres recursos que hagi administrat. Els productes i la imatge del Patronat no podran ser utilitzats per l'adjudicatari excepte per informar de treballs efectuats.