



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285
Codi: C121 E U
RE: -
Ref.: CDA

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEI DE CREACIÓ DE CONTINGUTS, DISSENY I MAQUETACIÓ DE 4 LLIBRES INTERACTIUS I LA SEVA PROMOCIÓ DEL TURISME SOSTENIBLE A ROSES

1. OBJECTE DEL PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES

1.1 Objecte del contracte

El contingut d'aquest contracte deriva del projecte **"LA TRANSFORMACIÓ TURÍSTICA DE ROSES – REGENERATION TOURISM ROSES"** de l'Ajuntament de Roses cofinançat a través dels Fons Next Generation EU, en concret dins del programa de Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions (PSTD), subvencions destinades a la transformació digital i modernització de les administracions de les entitats locals, convocatòria extraordinària 2021, promoguda pel Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme.

Aquests ajuts estan finançats amb recursos provinents del PRTR, Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, en el desenvolupament d'actuacions necessàries per a la consecució dels objectius definits al Component 14, Inversió 1, de l'esmentat PRTR.

Aquesta és l'actuació número 9 "Promoción on-line del destino turístico de Roses como Destino Sostenible" del projecte Regeneration Tourism Roses i s'incardina dins de l'eix 3 "Transició digital", amb el que no s'associa cap etiqueta climàtica.

Amb aquesta actuació es dona compliment als objectius generals de la Política Palanca 5 "Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora" i, concretament del Component 14 "Plan de modernización y competitividad del sector turístico", inversió 01 "Planes de Sostenibilidad Turística" en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència de la Unió Europea – Next Generation UE.

L'objecte del present plec és la determinació de les prescripcions tècniques per a la contractació del servei d'edició de noves publicacions que consisteix en la creació de continguts textuais, traduccions, disseny i maquetació de 4 llibres electrònics interactius en format PDF enriquit acompanyats d'una campanya d'accions online de promoció i posicionament d'aquests

SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO

Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

continguts amb l'objectiu de promoure la destinació i la seva oferta turística entre els públics objectius. Alhora, els llibres electrònics han de servir per trencar amb els estereotips lligats amb les destinacions de sol i platja, potenciant els productes turístics més sostenibles i adreçats a públics especialitzats i que permetin desenvolupar un turisme més sostenible.

1.2 Termini d'execució

La documentació sol·licitada serà lliurada per registre electrònic a l'Ajuntament de Roses.

Els serveis es realitzaran en el termini màxim de **6** mesos a comptar a partir de l'endemà de la formalització del contracte.

La documentació s'ha d'entregar en un format obert, que pugui ser editat pels responsables de l'Ajuntament en qualsevol moment sense la necessitat d'intervenció de l'empresa adjudicatària que realitzi aquest servei.

2. ABAST DEL CONTRACTE

2.1 Característiques del servei a dur a terme

L'objecte d'aquest contracte és l'edició de noves publicacions que consisteix en la creació de continguts textuais, traduccions, disseny i maquetació de 4 llibres electrònics interactius en format PDF enriquit, acompanyats d'una campanya d'accions online de promoció i posicionament d'aquests continguts amb l'objectiu de promoure la destinació i la seva oferta turística entre els públics objectius. Alhora, els llibres electrònics han de servir per trencar amb els estereotips lligats amb les destinacions de sol i platja, potenciant els productes turístics més sostenibles i adreçats a públics especialitzats i que permetin desenvolupar un turisme més sostenible.

2.1.1 Públic objectiu

La creació de continguts, disseny i maquetació de 4 llibres interactius se centra en el públic visitant de Roses, tant el que es troba al seu punt d'origen com al que ja es troba a la destinació (municipi i zones veïnes) establint un mínim de tres públics diana: el mercat català (amb incidència sobretot a l'àrea metropolitana de Barcelona), espanyol (amb zones com Madrid, País Basc, Navarra i Aragó com a prioritats) i francès (prioritzant el sud de França i la zona de París).

Pel que fa al perfil, aquest se centra en les famílies, els grups d'amics i les parelles sèniors (més de cinquanta-cinc anys). Entre el públic objectiu també s'hi inclou aquell públic amb segones residències al municipi.



SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

D'aquesta manera, es combinen les accions vers el visitant que està en el procés de decisió i les que s'orienten vers el visitant que ja es troba a la destinació i que, per tant, rebrà aquesta informació pot condicionar el seu comportament durant l'estada.

2.1.2 Condicions de servei

Cadascuna de les 4 publicacions amb les seves corresponents variacions segons idiomes (català, castellà, francès i anglès) s'hauran d'entregar en les següents versions:

- A. Versió PDF digital (amb els enllaços interns i externs actius).
- B. Versió PDF per a impressió física (arts finals).
- C. Versió PDF digital interactiva multimèdia (a punt per al seu allotjament en servidor).

A part dels anteriors lliurables, un cop finalitzat el servei, s'haurà d'entregar a l'Ajuntament de Roses els següents materials de cadascuna de les publicacions desenvolupades, amb els corresponents idiomes (català, castellà, francès i anglès) :

- Arxius oberts en Indesign i/o Illustrator.
- Textos en català i traduccions en format Word.
- Les fotografies, vídeos, icones, pictogrames... utilitzades han d'incloure la llicència d'ús universal.
- Tipografies, il·lustracions, grafismes... per separat.
- I les 3 versions de PDF de cada llibre i idiomes.

En adherència de la Directiva 2016/2102 sobre accessibilitat web, incorporada a l'ordenament jurídic espanyol mitjançant el Reial decret 1112/2018, cal que es compleixin els requisits en matèria d'accessibilitat web en tots els documents. Tots els dissenys han de ser responsables i ajustar-se a la normativa d'accessibilitat documental vigent a la Generalitat de Catalunya i, s'hauran d'aplicar les normes específiques vigents de l'Ajuntament de Roses en aquesta matèria.

2.1.3 Creació de 4 llibres:

Les tasques a desenvolupar es divideixen en 3 fases:

- Creació de contingut textual:
 - Revisió de la documentació cedida per l'Ajuntament útil per a la realització de les tasques encarregades.



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

- Proposta d'índex/estructura per a cada un dels llibrets. Tot i així en el punt següent s'exposa alguns dels elements a incloure en cada proposta d'estructura.
- Creació dels continguts en català destacant, des del punt de vista del públic objectiu, els punts forts de cada publicació:

- a) **Llibre 1: El producte i el comerç local**, posant èmfasi en els productors i elaboradors locals (Roses principalment i rodalies complementàriament) així com en els productes d'identitat del municipi amb especial atenció al peix fresc i el marisc. Destacar l'existència i consum de diferents tipologies de peix de la zona i el paper del pescador en tot el procés (entre el peix i el client sempre hi ha un pescador). Al mateix temps, també s'incorpora el comerç de proximitat, posant l'accent en la riquesa i varietat de comerços de Roses, la seva capacitat d'acollida i la seva professionalitat envers el client i en oferir el millor servei/producte possible, destacant comerços històrics, especialitzats...

A nivell d'estructura: agrupació de productes segons tipologia, inclusió de comerços i productors, apartat sobre la Confraria de pescadors i les seves tasques, apartat sobre la vinculació històrica d'alguns productes a Roses,...

- b) **Llibre 2: El valor del paisatge** com a escenari per a una descoberta tranquil·la de la destinació. Un paisatge on es poden executar activitats sostenibles com el senderisme, el cicloturisme o activitats vinculades al benestar i el creixement personal, sobretot en temporades com primavera i tardor. Un paisatge de gran valor amb elements singulars com el Parc Natural del Cap de Creus, el Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà, el rocam del Far de Roses, les platges i cales, camins de ronda o el Puig d'Àliga entre d'altres.

A nivell d'estructura: apartat amb les rutes a peu, apartat amb les rutes en bicicleta, apartat amb activitats ofertes per empreses/entitats locals, apartat amb continguts específics dels diferents elements singulars, agrupació d'activitats segons temporalitat, fitxa dels diferents elements naturals.

- c) **Llibre 3: Roses sostenible**. Roses està implantant diferents segells de gestió sostenible que cal comunicar. Cuidem Roses és un segell iniciativa de l'empresariat local i que contempla 120 requisits que fan referència a aspectes com ara la gestió de les empreses amb els clients, treballadors, proveïdors, propietaris, accionistes i fins i tot amb els veïns; la preservació del medi ambient; el compromís de tenir un model de gestió



SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

sostenible; el compromís de tenir unes condicions de treball dignes per als equips, i d'igualtat; mesures de conciliació laboral; potenciar la formació dels treballadors entre d'altres. La tendència és que el consumidor valora cada vegada més els esforços que es fan en sostenibilitat i, per tant, és interessant comunicar la iniciativa, sobretot en l'apartat allotjament, ja que és un aspecte que comença a ser diferenciador a l'hora d'escollir destinació final.

En aquest punt també cal sumar-hi informació sobre l'existència de la Carta Europea del Turisme Sostenible del Parc Natural de Cap de Creus – CETS i els treballs que es realitzen en l'àmbit de destinació al voltant de la certificació Biosphere i els criteris associats.

A nivell d'estructura: apartat sobre el segell Cuidem Roses, apartat sobre la certificació Biosphere, apartat sobre la Carta Europea del Turisme Sostenible, apartat sobre bones pràctiques, apartat amb tendències vinculades a la sostenibilitat i en general el compromís de la destinació i el teixit empresarial en la gestió sostenible de la destinació.

- d) **Llibre 4: El patrimoni de Roses**, recopilant i destacant el valor i la diversitat del patrimoni existent al municipi i que engloba no només el tangible (l'arquitectura, la Ciutadella, el conjunt megalític, el Castell de la Trinitat, el conjunt megalític,...) sinó també l'intangible vinculat a les tradicions i a la cultura popular de Roses.

A nivell d'estructura: agrupació d'elements per tipologies de patrimoni, incorporació d'activitats/visites vinculades, fitxa dels diferents elements patrimonials,...

- Creació de contingut audiovisual:
 - Revisió de la documentació audiovisual aportada per l'Ajuntament potencial d'ésser incorporada (imatges i vídeos principalment).
 - Proposta d'espais i elements a gravar necessaris per a dotar de contingut els diferents llibres electrònics.
 - Retoc de 30 imatges extretes (frames) de les diferents gravacions per a dotar de contingut els diferents llibres electrònics.
 - Entrega dels bruts dels materials creats en alta definició FullHD (1920x1080px).
- Traduccions:
 - S'hauran de portar a terme la revisió i correcció del català i la traducció del català al castellà, al francès i a l'anglès.
- Disseny i maquetació:



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: **52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d**.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

- Proposta de l'estil gràfic de les publicacions seguint l'estil de l'Ajuntament i correcta aplicació de la imatge/logotips del Manual d'Identitat Corporativa del PRTR.
- Format: Pàgines A5 verticals d'un màxim de 24 pàgines cada llibret.
- S'hauran d'incloure elements gràfics (pictogrames, grafismes, mapes...).
- S'hauran d'incloure el material fotogràfic que l'Ajuntament de Roses proporioni per a la creació de cada llibret i les imatges noves creades.
- L'Ajuntament de Roses s'ofereix a lliurar les fotografies del seu fons fotogràfic per a l'elaboració dels llibrets digitals. Tal com disposa l'article 308 de la LCSP, els drets de propietat intel·lectual del projecte seran propietat de l'Ajuntament de Roses.

2.1.4 Maquetació multimèdia:

Creació de la maquetació en versió PDF digital interactiva enriquida de cada llibret i els seus idiomes, complint les següents característiques:

- Disposició responsive perquè el contingut es mostri de manera òptima, sigui en orientació vertical o horitzontal.
- Adaptable a diversos dispositius com PC, MAC, mòbils i tauletes amb sistemes operatius Android o iOS.
- Compatible a tots els navegadors.
- Incorporació de l'estil gràfic de l'Ajuntament (colors, tipografies...) a botons, títols, textos... correcte i coherent distribució de la informació per fer l'experiència de l'usuari més àgil, fluida, intuïtiva... des de qualsevol dispositiu.
- Facilitat de navegació amb elements tipus índex, botons de mobilitat per pàgines, descàrrega del PDF, compartir contingut via correu electrònic o xarxes socials, buscador per paraules...
- Incorporació d'elements multimèdia: animacions, àudios, galeries de fotografies, vídeos, enllaços interns i externs...
- L'Ajuntament de Roses s'ofereix a lliurar les fotografies i vídeos del seu fons audiovisual per a l'elaboració dels llibrets digitals. Tal com disposa l'article 308 de la LCSP, els drets de propietat intel·lectual del projecte seran propietat de l'Ajuntament de Roses.

Els costos de les tecnologies implementades per a la creació multimèdia (durant el primer any) i per la creació de nous continguts (materials, dietes, desplaçaments...) no ha de suposar un cost addicional per l'Ajuntament.

2.1.5 Campanya de promoció:



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>

Codi Segur de Verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d
Origen: Administració
Identificador document original: ES_L01171523_2024_54319213
Data d'impressió: 23/10/2024 09:17:13
Pàgina 7 de 15

SIGNATURES
1.- SARA LLADO GONZALEZ (TCAT) (Cap de la Unitat de Turisme), 07/08/2024 12:08



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

Gestió i execució d'una campanya per a la promoció dels llibrets digitals segmentada segons els públics objectius de cada publicació.

- Objectius de la campanya.
Els objectius buscats són:
 1. Difondre la destinació turística a partir dels valors propis i singulars, com una destinació de sol i platja amb atributs de qualitat.
 2. Donar a conèixer els esforços que es realitzen en termes de sostenibilitat a la destinació.
 3. Promoure el consum de productes locals entre el públic visitant.
 4. Valorar els atributs vinculats al paisatge i les activitats que s'hi fan com a element motivador de visita més enllà de la temporada turística d'estiu.
 5. Posicionar la marca com a una destinació sostenible, innovadora i digital a la Costa Brava i a Catalunya.
 6. Donar visibilitat i recorregut de les noves publicacions als públics objectius.
 7. Augmentar les visites a la web turística.
 8. Interactuar amb els usuaris.

L'empresa haurà de fer-se càrrec de la:

- Definició de les accions, proposta de divisió de la despesa en compra de mitjans i impactes segons àmbits territorials, públics objectius i llibret a promocionar i propostes de millora.
- Execució de la compra d'impactes i la coordinació amb la contractació de mitjans i l'entrega dels materials.
- Conceptualització del disseny de la campanya, disseny i maquetació de les peces creatives, el contingut, les traduccions i les adaptacions.
- S'haurà de produir una imatge global de les publicacions i una imatge per a cada una de les 4 per separat per tal de poder portar a terme accions de promoció conjunta i per separat segmentant per temàtiques.
- Elaboració d'una *landing page* vinculada a la web turística de Roses seguint la línia gràfica de la campanya i on trobarem les 4 publicacions amb els seus idiomes corresponents. Totes les accions promocionals aniran dirigides a aquesta pàgina web (en 4 idiomes) que formarà part de la nova pàgina web turística del municipi.
- Seguiment, avaluació i anàlisi dels resultats de les campanyes i accions, segons els indicadors d'èxit marcats. L'empresa haurà de proposar tant mesures de seguiment com mesures correctores si es detecten desviacions respecte als objectius fixats.



SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

- Elaboració de la memòria final dels resultats i propostes de millora per a properes campanyes. La memòria inclourà com a mínim l'anàlisi global, detalls de cada campanya, objectius assolits, conclusions, millores...
 - Correcta aplicació de l'estil gràfic seguint l'estil gràfic de l'Ajuntament de Roses i de la imatge/logotips del Manual d'Identitat Corporativa del PRTR.
- Definició de les accions de la campanya
- La campanya, com a mínim haurà de comptar amb les següents accions de promoció online:
1. Una campanya de Branded Content en mitjans online especialitzats en el sector turístic professional. En concret, es proposarà un mitjà d'àmbit estatal i un d'àmbit francès que englobin les zones geogràfiques prioritàries definides en el públic objectiu. Aquestes insercions han de programar-se com a llançament de les publicacions, un cop aquestes estiguin operatives a la pàgina d'aterratge creada.
 2. Una campanya de display (anuncis que es mostren en forma de banners en pàgines de web) en mitjans de comunicació genèrics amb temàtiques / estils de vida afins als públics objectiu (definit en l'apartat corresponent d'aquest mateix plec) tant a nivell nacional com internacional. La durada de les insercions variarà en funció del mitjà, però es preveu una visibilitat mínima d'una setmana. En concret, la campanya de display ha de tenir visibilitat en almenys:
 - 1 mitjà de comunicació d'abast local – comarcal (Roses – Alt i Baix Empordà).
 - 1 mitjà de comunicació d'abast provincial (Barcelona).
 - 2 mitjans de comunicació amb abast en alguna de la zones de l'estat espanyol identificades com a prioritàries (Madrid, País Basc, Navarra i Aragó).
 - 1 mitjà de comunicació amb abast a la zona del sud de França.
 3. Disseny i execució de quatre campanyes de Social ADS des de les xarxes socials turístiques del municipi (Instagram, Facebook i TikTok). Les quatre campanyes tenen les següents característiques:
 - Una campanya dirigida al públic local de Roses, tant residents habituals com públic de segones residències.
 - Una campanya dirigida al mercat català, amb incidència sobretot a l'àrea metropolitana de Barcelona.
 - Una campanya dirigida al mercat espanyol, amb zones com Madrid, País Basc, Navarra i Aragó com a zones geogràfiques prioritàries.
 - Una campanya dirigida al mercat francès, prioritzant el sud de França i la zona de París.
 - El perfil dels públics objectiu de les diferents campanyes es centra en les famílies, els grups d'amics i les parelles sèniors (més de cinquanta- cinc anys).
 - Les campanyes s'orienten a donar visibilitat als llibres electrònics a partir de la pàgina d'aterratge desenvolupada, i per a fer-ho es pot utilitzar o bé una



SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

comunicació genèrica de les publicacions o alguna de les 4 publicacions com a element atractiu concret.

- Les diferents campanyes s'han d'engegar un cop la pàgina d'aterratge estigui operativa i estar actives per un període de 2 mesos. Aquestes campanyes poden solapar-se o no en el temps ja que es dirigeixen a públics diferenciats i, alhora, hauran de coordinar-se amb altres accions de promoció planificades per l'àrea de turisme de l'ajuntament de Roses per a la mateixa temporalitat. En el cas de coincidència, l'Ajuntament de Roses pot establir posposar les accions per evitar solapaments.
- Les diferents campanyes tenen la finalitat principal de generar visibilitat de l'acció (llibrets electrònics). Com a finalitats secundàries hi ha el fet de donar visibilitat a la destinació turística Roses a partir de les diferents temàtiques dels llibrets.

- Indicadors d'anàlisi de resultats:

Caldrà poder comparar les dades de cada acció/campanya amb les dades actuals de què disposa l'Ajuntament d'accions anteriors. És imprescindible establir uns indicadors de resultats per tal de poder valorar cada acció i assegurar-nos una bona anàlisi. Els indicadors suggerits i sobre els quals s'hi poden incorporar nous indicadors són:

- Nombre de visualitzacions de cadascun dels llibrets electrònics i del total de llibrets.
- Nombre de descàrregues de cadascun dels llibrets electrònics i del total de llibrets.
- Nombre de visites a la pàgina d'aterratge vinculada a la web turística.
- Nombre i tipologies d'interaccions produïdes a les xarxes socials.
- Rati de coincidència entre els resultats dels públics que finalment han interactuat amb els públics objectiu planificats.

3. PRESSUPOST

El pressupost de licitació del contracte és d'un total de 69.000,00 euros, més 14.490,00 euros en concepte d'IVA.

El pressupost base de licitació, per a tota la durada del contracte, es desglossa d'acord amb els costos directes i indirectes següents:



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: **52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d**.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

Concepte	Import del contracte
Costos directes:	
Creació de textos, disseny i maquetació dels 4 llibres:	16.720,00 €
textos de les 4 publicacions en català	4.400,00 €
Continguts audiovisuals	2.640,00 €
Revisió del català i traduccions al castellà, anglès i francès	3.080,00 €
Conceptualització, disseny i maquetació dels 4 llibres en català	2.640,00 €
Maquetació de 3 idiomes addicionals per a cada una de les 4 publicacions	3.960,00 €
Disseny de la maquetació multimèdia i eines:	18.387,14 €
Maquetació multimèdia de les 16 publicacions des dels PDF	15.747,14 €
Plataforma de disseny multimèdia i allotjament (1 any)	2.640,00 €
Campanya de promoció:	23.000,00 €
Creació de la pàgina d'atteratge	880,00 €
Disseny gràfic i audiovisual dels materials	1.760,00 €
Creació de les accions online, seguiment, reformulacions, creacions d'informes i memòria final	3.080,00 €
Campanya de Branded Content en mitjans online especialitzats	3.520,00 €
Campanya de Social ADS (Facebook, Instagram i TikTok)	7.040,00 €
Campanya de Display a mitjans digitals de comunicació	6.160,00 €
Gestió i coordinació del projecte	3.500,00 €
Total costos directes	61.607,14 €
Costos indirectes:	
Despeses generals (6%)	3.696,43 €
Benefici industrial (6%)	3.696,43 €
Pressupost base	69.000,00 €
IVA	14.490,00 €
Total costos indirectes	21.882,86 €
PRESSUPOST EXECUCIÓ CONTRACTE	83.490,00 €

En tant que es tracta d'un servei, el pressupost base de licitació s'ha calculat tenint en compte el conveni laboral del sector d'empreses de producció audiovisual, publicat al BOE en data 31 d'octubre de 2014 i taules salarials publicades amb posterioritat. En qualsevol cas, el pressupost base de licitació inclou la totalitat de costos directes i indirectes, com puguin ser les despeses de transport, entrega i instal·lació, despeses generals i benefici industrial i altres conceptes vinculats a la prestació del servei, d'acord amb les especificacions del present plec.

L'oferta que presentin els licitadors no podrà excedir la quantia indicada, entenent-se que a l'oferta estan incloses totes les despeses, i impostos que hagi d'assumir el licitador per tal de dur a terme el servei/subministrament objecte del contracte, entre ells l'IVA i altres imports, els transports, despeses de personal, material, etc.

4. DURADA DEL CONTRACTE



SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

Es preveu que la durada del contracte sigui de **6 mesos** a partir de la formalització del contracte. Els primers 3 mesos es destinen a la creació dels llibrets electrònics i proposta de materials complementaris per a la promoció de les publicacions a utilitzar durant la campanya de comunicació. A partir de la finalització i aprovació dels lliurables (PDF digital, PDF per a impressió física, PDF digital interactiva multimèdia), una durada de 3 mesos per a la creació i execució de la campanya de comunicació, on s'hi inclou la proposta de mitjans i accions concretes, la seva execució i seguiment, així com l'elaboració dels informes corresponents.

5. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DE L'ADJUDICATARI

L'empresa adjudicatària es compromet a portar a terme la prestació del contracte amb la deguda diligència, amb l'estricta subjecció a les característiques establertes al contracte i dins dels terminis assenyalats, assumint, formalment, entre d'altres, les obligacions següents:

- Disposar d'una organització tècnica, econòmica i de personal adequada per a portar a terme, amb la deguda eficàcia, l'objecte del contracte, de conformitat amb els PCAP i els presents plecs.
- Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- Tenir contractades i mantenir vigents les pòlisses d'assegurança per responsabilitat civil.

6. ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

Seràn obligacions del contractista:

a) Pla de seguretat i prevenció de riscos laborals

Serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària assegurar-se que totes les activitats o feines desenvolupades per a l'execució del contracte s'ajustin a les obligacions establertes a les reglamentacions i disposicions legals, així com a la normativa vigent en matèria de Prevenció, Higiene i Seguretat en el Treball. En aquest sentit, l'adjudicatari haurà de disposar d'un Pla de Prevenció de Riscos Laborals.

El personal del contractista disposarà dels medis i equips de protecció individual (EPI's) en cas de requerir-se.

b) Obligacions respecte del personal



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: **52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d**.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

L'empresa adjudicatària estarà obligada al compliment de tota la normativa en matèria laboral, de Seguretat Social i Convenis col·lectius sectorials vigents d'aplicació.

L'ens contractant és aliè a qualsevol vincle o dependència laboral, estatutària o de qualsevol mena amb l'esmentat personal, quedant en conseqüència l'ens contractant exempta de qualsevol responsabilitat que es pugui derivar al respecte.

Seràn d'exclusiva responsabilitat de l'adjudicatari les conseqüències que poguessin derivar-se de l'incompliment d'aquesta obligació, pel personal al seu càrrec.

A nivell general, el personal de l'entitat adjudicatària ha de ser suficient en tot moment, i adequat d'acord amb els requisits establerts en el present plec, per a garantir la prestació del servei durant tota la durada del contracte. En cas de baixes del personal, caldrà preveure les substitucions necessàries, les quals seran comunicades a l'ens contractant a l'efecte de preservar la continuïtat en la prestació del servei i el compliment dels expressats requisits.

c) Responsabilitat sobre els béns materials

Serà obligació de l'empresa adjudicatària vetllar pel bon ús i estat de conservació de tots els béns materials de l'ens contractant.

L'empresa adjudicatària respondrà davant la sostracció de mobiliari, material, valors o efectes, quant quedi suficientment provat que ha estat realitzat pel seu personal.

7. DESIGNACIÓ D'UN INTERLOCUTOR PER PART DE L'ENS

L'Ajuntament de Roses designarà una persona responsable de coordinar amb l'empresa adjudicatària la prestació del servei.

D'igual manera, l'empresa adjudicatària haurà de designar un interlocutor per tractar qualsevol aspecte relatiu a la relació contractual.

8. ESPECIFICITATS DEL PRTR

8.1 Identitat corporativa

S'haurà de tenir en compte la identitat corporativa de la subvenció, incorporant a la totalitat dels documents els següents logos, així com la menció al finançament:



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Exp.: 2024/006285



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

8.2 Compliment del principi de no causar perjudici ambiental (DNSH)

Components del PRTR al que pertany l'activitat	Component 14 del PRTR "Pla modernització i competitivitat de sector turístic".
Mesura (Reforma o Inversió)	Inversió 1 "Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat".
Tipologia d'activitat/Títol del projecte	"La transformació turística de Roses – Regeneration Tourism Roses", de l'Ajuntament de Roses.
Etiquetat climàtic i mediambiental assignat a la mesura	Sense etiqueta
Percentatge de contribució a objectius climàtics (%)	No procedeix
Percentatge de contribució a objectius mediambientals (%)	No procedeix

El projecte compleix amb les obligacions en matèria mediambiental, així com les obligacions assumides en matèria d'etiquetatge verd.

El projecte compleix amb el principi de «no causar un perjudici significatiu al medi ambient» (principi *do no significant harm* - DNSH) als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del reglament (UE) 2020/852 i, en el seu cas, l'etiquetatge climàtic i digital, d'acord amb el que es preveu en el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, aprovat per Consell de Ministres el 27 d'abril de 2021 i pel Reglament (UE) núm. 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de febrer de 2021, pel qual s'estableix el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, així com amb el requerit en la Decisió d'Execució del Consell relativa a l'aprovació de l'avaluació del pla de recuperació i resiliència d'Espanya.

Les activitats que es desenvolupen no ocasionen un perjudici significatiu als següents objectius mediambientals, segons l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 relatiu a l'establiment d'un marc per facilitar les inversions sostenibles mitjançant la implantació d'un sistema de classificació (o taxonomia) de les activitats econòmiques mediambientals sostenibles:

- Mitigació del canvi climàtic.



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

- Adaptació al canvi climàtic.
- Ús sostenible i protecció dels recursos hídrics i marins.
- Economia circular, inclosos la prevenció i el reciclatge de residus.
- Prevenció i control de la contaminació a l'atmosfera, l'aigua o el sòl.
- Protecció i restauració de la biodiversitat i els ecosistemes.

b) Les activitats s'adeqüen, si escau, a les característiques fixades per a la mesura i submesura del component i reflectides en el Pla de recuperació, transformació i resiliència.

c) Les activitats que es desenvolupen en el projecte compliran amb la normativa mediambiental vigent que sigui aplicable.

d) Les activitats que es desenvolupen no estan excloses per al finançament pel Pla de recuperació, transformació i resiliència d'acord amb la [Guia tècnica sobre l'aplicació del principi "no causar un perjudici significatiu" en virtut del Reglament relatiu al Mecanisme de Recuperació i Resiliència \(2021/C 58/01\)](#), a la [Proposta de Decisió d'execució del Consell relativa a l'aprovació de l'avaluació del pla de recuperació i resiliència d'Espanya](#) i al seu [annex](#).

e) Les activitats que es desenvolupin no causaran efectes directes sobre el medi ambient, ni efectes indirectes primaris en tot el seu cicle de vida, entenent com a tals els que es puguin materialitzar una vegada realitzada l'activitat.

El compliment del DNSH inclou també el compliment de les condicions específiques previstes al Component 14, i a la Inversió 1 en què s'emmarquen aquests projectes, tant pel que fa al principi DNSH, com a l'etiquetatge climàtic i digital, i especialment les recollides a l'annex de la Proposta de Decisió d'Execució del Consell i als apartats 3, 6 i 8 del document del Component del Pla.

8.3 Obligacions de l'adjudicatària

Serà obligació de l'empresa adjudicatària el correcte compliment dels principis de gestió específics del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR) definits en l'article 2 de l'Ordre HFP/1030 de 29 de setembre:

- Reforç de mecanismes per la prevenció, detecció i correcció dels fraus, corrupció i conflictes d'interès, mitjançant la signatura de la corresponent declaració d'absència de conflicte d'interès (DACI), així com el compliment i aplicació del Pla Antifrau.
- 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



SECRETARIA DE ESTADO
DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>



Ajuntament de Roses
www.roses.cat



Exp.: 2024/006285

(UE) 2020/852 (Do not significant harm – DNS H).

- Identificació del perceptor final dels fons, ja sigui com a beneficiaris de les ajudes o adjudicatari d'un contracte o subcontracte. Es a dir l'obligació d'informar de les dades d'identificació del contractista o subcontractista, que són:

- NIF del contractista o subcontractista
- Nom de la persona física o raó social de la persona jurídica.
- Domicili fiscal de la persona física o jurídica.
- Declaració de cessió i tractament de dades en relació amb l'execució d'actuacions del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), indicat com annex 3.
- Declaració de compromís amb relació amb l'execució d'actuacions del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), indicat com annex 4.
- Les empreses contractistes han d'acreditar la inscripció al Cens d'empresaris, professionals i retenidors de l'Agència Estatal de l'Administració Tributària o al cens equivalent de l'Administració Tributària Foral, que ha de reflectir l'activitat efectivament desenvolupada en la data de participació en el procediment de licitació.
- 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, indicat com annex 5

L'emplenament i la presentació de la Declaració d'Absència de Conflicte d'Interessos (DACI), indicat com annex 2.

D'acord amb l'establert en l'article 202 de la LCSP s'estableix que les condicions especials de contractació hauran de complir amb la instrucció de 23 de desembre de la Junta Consultiva de contractació pública de l'Estat sobre aspectes a incorporar en els expedients i en els plecs rectors dels contractes que es vagin a finançar amb fons procedents del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència i, així com les Ordres HFP/1030/2021 i HFP/1031/2021, ambdues de data de 29 de setembre i tota la normativa relacionada.



SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència – Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU

Codi segur de verificació: 52cf325e-2c0b-4cd9-810b-9e0b8133111d.
Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>