

Exp.: **2024/006613**

Codi: C121 E U

Ref.: CDA

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DE SERVEIS DE CREACIÓ DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE LES ACTUACIONS 18.12 “EN RELACIÓ A LA PESCA RECREATIVA: DIVULGACIÓ DE BONES PRÀCTIQUES” I 16 “PROJECTE: CANVIA’T EL XIP 2”, DINS DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA, FINANÇAT PELS FONS NEXT GENERATION EU

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.

El present contracte està dividit en dos lots, els quals es relacionen a continuació:

- Lot 1 - Material audiovisual divulgatiu per a l'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa en el Parc Natural de Cap de Creus. Aquesta és l'actuació número 18 (acció 12) del projecte Regeneration Tourism Roses i s'incardina dins de l'Eix 4 “Competitivitat” del



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



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

Codi segur de verificació: **459e208f-6386-4367-869f-a8a48d6200f4**.

Podeu verificar la integritat d'aquest document al web <https://www.seu-e.cat/web/roses>

Exp.: **2024/006613**

ciutat PSTD, al qual no aplica l'etiquetatge climàtic i mediambiental. L'objecte del present plec tècnic és la creació de vídeos divulgatius d'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa.

- Lot 2 – Material audiovisual (*motion graphics 2D*) i campanya de promoció associada, del turisme sostenible a Roses. Aquesta és l'actuació número 16 “Proyecto: Canvia't el Xip 2 - Cámbiate el Chip 2” del projecte Regeneration Tourism Roses i s'incardina dins de l'eix 4 “competitivitat”, amb el que no s'associa cap etiqueta climàtica i mediambiental. L'objectiu d'aquest plec tècnic és la contractació del servei de creació d'un total de 17 peces audiovisuals mitjançant la tècnica d'animació de text i imatge *motion graphics* que abordin la qüestió del turisme sostenible i que tinguin per objectiu la conscienciació sobre la seva necessitat i el paper que cadascú hi ha de tenir per assolir-lo.

Amb aquestes actuacions 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 “Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad” en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència de la Unió Europea – Next Generation UE.

1.2 Termini d'execució

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

El termini màxim de lliurament serà de:

- Lot 1 - Material audiovisual divulgatiu per a l'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa en el Parc Natural de Cap de Creus: 6 mesos a comptar a partir de l'endemà de la formalització del contracte.

Exp.: **2024/006613**

- Lot 2 – Material audiovisual (*motion graphics 2D*) i campanya de promoció associada del turisme sostenible a Roses: 7 mesos a comptar a partir de l'endemà de la formalització del contracte.

2. ABAST DEL CONTRACTE

2.1 Lot 1 – Material audiovisual divulgatiu per a l'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa en el Parc Natural de Cap de Creus

2.1.1 Característiques del servei a dur a terme

El Parc Natural de Cap de Creus és un espai protegit amb uns valors de conservació a preservar que s'han de donar a conèixer, on també s'hi realitzen moltes actuacions, ordenacions i projectes que es volen comunicar externament.

La comunicació del Parc s'ha donat històricament amb la publicació de material gràfic. Actualment es valora com a molt més interessant disposar de recursos audiovisuals per a la promoció dels mateixos a través d'internet i xarxes socials.

Per a tal finalitat es preveu un encàrrec per a la creació de 8 vídeos divulgatius per difondre el patrimoni natural i recomanacions per als usuaris del Parc Natural de Cap de Creus, principalment en relació a les bones pràctiques en la pesca recreativa. Es desenvoluparà a tot l'àmbit del Parc Natural de Cap de Creus, establert per la Llei 4/1998 de protecció de Cap de Creus.

Els treballs s'ajustaran al que estableix la Llei 9/2017, de 9 de novembre, de contractes del sector públic (BOE núm. 272 de 9 de novembre del 2017), i sempre a l'empara del Decret 84/1997, d'1 d'abril, sobre la gestió del Règim d'Autonomia Econòmica dels espais naturals de protecció especial adscrits al Departament de Medi Ambient i Habitatge, i a l'Ordre de 17 de

Exp.: **2024/006613**

juny de 1997, de desenvolupament de les normes sobre gestió en règim d'autonomia econòmica dels espais naturals de protecció especial.

La realització d'aquests vídeos s'ha d'emmarcar en la línia dels vídeos divulgatius que fa el Parc Natural de Cap de Creus, i que té penjats a la seva web i xarxes socials, en especial les que se centren en la imatge i vídeo.

2.1.2 Temàtiques dels vídeos

Les temàtiques del vídeos són les següents:

- Introducció del PRUG Pla Rector d'Ús i Gestió de l'àmbit marí del Parc
- Els valors del patrimoni natural i social del mar de Cap de Creus
- La pesca professional
- La pesca recreativa
- El busseig i la immersió lleugera ("snorkel")
- El sector nàutic
- Altres activitats de lleure al mar (platges, caiac, natació, etc.)
- El món científic i el sector ecologista

2.1.3 Tasques a realitzar:

Les tasques a dur a terme per l'empresa adjudicatària seran les següents:

- Elaboració del guió i *storyboard* seguint les directrius del Parc Natural de Cap de Creus, que posarà a disposició de l'empresa adjudicatària tota la informació pertinent amb la qual haurà de treballar per a ser comunicada.
- Pre-producció, gravació d'imatges i post-producció i muntatge i edició dels vídeos.
- Tramitació dels pertinents permisos per a filmacions o sessió de fotos o ús de dron, en l'àmbit del Parc Natural de Cap de Creus.

Exp.: **2024/006613**

- Gravació d'imatges i edició de 8 vídeos curts de 2-3 minuts i la seva versió curta per xarxes socials de 20-30 segons, amb missatges clars i sintètics sobre les temàtiques definides vinculades al Parc. Aquests vídeos podran incloure tan imatges de nova gravació enregistrades amb dron, càmeres de vídeo i sistema de gravació d'àudio quan sigui adient, així com imatges d'arxiu.
- S'editaran vídeos en diferents formats adaptats a les característiques òptimes per a cada xarxa social, mitjà de comunicació i suport de reproducció.
- La direcció del Parc Natural de Cap de Creus juntament amb els serveis tècnics de l'Ajuntament de Roses seran els encarregats de validar les propostes de contingut, guió i imatges dels vídeos.

2.1.4 Característiques tècniques

Les peces audiovisuals que s'hauran d'entregar es podran adaptar a les següents relacions d'aspecte:

- Horitzontal - 1920 x 1080 (16:9) Full HD
- Vertical - 1080 x 1920 (9:16) Full HD
- Quadrat - 1080 x 1080 (1:1) Full HD

L'edició del vídeo ha d'incloure la integració de grafismes animats, com per exemple textos, títols i elements gràfics simples quan siguin necessaris.

La durada màxima de cada vídeo serà d'entre 2 i 3 minuts, comptant amb la seva versió curta de 20-30 segons per a xarxes socials.

El resultat final dels vídeos ha d'incloure, quan sigui necessari, una música amb llicència d'ús comercial, apta per a publicar la peça audiovisual a qualsevol xarxa social, mitjà de comunicació, plataforma on-line o web.

Exp.: **2024/006613**

Els vídeos seguiran les directrius del Manual d'Imatge dels Espais Protegits de la Generalitat de Catalunya.

Als crèdits de cada vídeo s'inclourà el nom dels autors i el logotip del Parc Natural, l'Ajuntament de Roses, així com tots els logos pertanyents a la identitat corporativa dels Fons Next Generation, recollits a l'apartat 8.1 d'aquest mateix plec.

Les peces audiovisuals s'entregaran a través del mitjà que s'acordi entre l'Ajuntament de Roses i l'empresa adjudicatària.

2.1.5 Direcció, supervisió i seguiment

L'encàrrec serà dirigit i supervisat per part dels serveis tècnics de l'ajuntament de Roses amb coordinació amb la direcció de l'Equip Gestor del Parc Natural, el qual, en tot moment podrà consultar l'estat de les tasques de l'encàrrec realitzat, fer les observacions que s'escaiguin, introduir les modificacions que estimi adients per al desenvolupament del treball i convocar a l'empresa adjudicatària a les reunions que consideri oportunes.

Les tasques i continguts que no s'entreguin adequadament segons allò establert en aquest Plec seran retornades a l'empresa adjudicatària per a la seva correcció.

L'empresa és la responsable de sol·licitar les autoritzacions per a poder executar les tasques, siguin amb filmacions, obtenció d'imatges i material, vols en dron, etc., a través d'una única autorització anual general, amb la finalitat de poder elaborar els continguts esmentats en els apartats anteriors. El Parc Natural facilitarà l'autorització per a desenvolupar els encàrrecs. Tanmateix, caldrà comunicar a l'equip gestor la realització de vols de dron en cada ocasió (lloc, data, durada, etc.) mitjançant comunicació via correu electrònic.

Exp.: 2024/006613

2.2 Lot 2 – Material audiovisual (*motion graphics 2D*) del turisme sostenible a Roses

2.2.1 Característiques del servei a dur a terme

L'objecte d'aquest contracte és la creació d'un total de 17 peces audiovisuals mitjançant la tècnica d'animació de text i imatge *motion graphics 2D* que abordin la qüestió del turisme sostenible així com una campanya de promoció de les mateixes, amb l'objectiu de conscienciació sobre la seva necessitat i el paper que cadascú ha de tenir per assolir-lo.

La sostenibilitat, la promoció del territori i la divulgació dels seus recursos, productes, atractius i establiments turístics són eixos estratègics de l'Ajuntament de Roses. Per aquest motiu, és essencial disposar de material audiovisual actual, potent, atractiu i inspirador que permeti il·lustrar les campanyes de comunicació en format multicanal de la destinació turística i molt especialment per a les xarxes socials.

2.2.2 Públic objectiu

Els vídeos han d'anar adreçats a dos públics objectiu diferents :

- Vídeos adreçats a públic local: S'hi inclou tant la ciutadania que viu de manera estable al municipi de Roses (19.907 habitants, Idescat 2022) com les empreses que hi tenen activitat, a més d'incorporar-hi les persones que tenen segones residències al municipi i que per tant fan estades de manera recurrent al llarg del temps.
- Vídeos adreçats a turistes / visitants: S'hi inclou al públic que es troba de manera puntual a Roses, ja sigui pel fet que hi realitzen pernoctació durant un període concret de temps (turistes) o pel fet de realitzar-hi una visita de curta durada (visitants). Pel que fa als punts d'origen d'aquest públic, principalment es troba en l'àmbit de Catalunya (Àrea metropolitana), tot i que també hi ha presència del mercat espanyol (Madrid, País

Exp.: **2024/006613**

Basc, Aragó), el francès (sud de França i zona París) i el visitant que viu o s'allotja en zones veïnes pròximes al municipi.

2.2.3 Aspectes conceptuals del projecte

La intenció dels vídeos és conscienciar a turistes i ciutadans sobre els esforços que s'han de fer conjuntament per a millorar en la sostenibilitat de la destinació. Aquests vídeos han d'estar centrats en els valors del turisme sostenible tant pels locals com pels turistes a partir de situacions i exemples que els interpel·li i que els faci implicar. "El turisme sostenible, és cosa de tots". Així doncs, les *peces audiovisuals motion graphic 2D* han de seguir les directrius següents:

- Tipologia 1 : Vídeos adreçats a públic local:
 - L'objectiu principal de les peces ha de servir per a conscienciar i sensibilitzar al públic local i als diferents agents econòmics del municipi sobre les bones pràctiques sostenibles. Entre les temàtiques a incorporar hi ha tant aspectes ambientals, econòmics, culturals i/o socials (eficiència energètica, gestió de residus, igualtat de gènere, ús dels recursos turístics...), com de productes i activitats a fer amb component sostenible (reciclatge, respecte a les tradicions, consum de producte local...), tot amb l'objectiu de convidar-los a portar a terme accions en la seva vida diària i/o a les seves empreses que contribueixin a la millora de la sostenibilitat a la destinació.
 - El guió i l'estil narratiu ha de ser dinàmic, fresc, pràctic i inspirador per tal de captar l'atenció de l'espectador, amb escenes i personatges que facilitin l'objectiu de convidar a qui visualitzi les peces a sumar-se a l'esforç per a la sostenibilitat.

Exp.: **2024/006613**

- En la mesura del possible, s'incorporaran elements singulars o representatius del municipi per tal de situar l'acció a Roses i establir un major vincle amb la població local. A més dels punts més icònics com ara la Ciutadella de Roses, les platges o el Castell de la Trinitat es poden incorporar elements i llocs amb els quals la població local hi tingui un vincle emocional com la Badia de Roses, les platges i cales, el port pesquer... així com l'ús de personatges singulars vinculats al municipi com els gegants o el carnestoltes.
 - Les temàtiques a tractar es consensuaran de manera definitiva amb l'equip tècnic de turisme de Roses a partir de l'establert en aquest plec, i seran diferents a cada càpsula.
 - Consensuar la ideació, l'estil visual i els guions amb l'Ajuntament de Roses d'acord amb els objectius i característiques descrites en aquest document.
 - 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.
- Tipologia 2 – Vídeos adreçats a turistes/visitants :
- Les peces han d'ajudar a l'Ajuntament a conscienciar i sensibilitzar a turistes i visitants de la destinació i proximitats sobre hàbits de comportament i codis de conducta mentre es gaudeix de l'activitat turística. Aquestes peces poden actuar a mode de decàleg de bones pràctiques a la destinació, incorporant elements com la convivència turista-resident (atenció al visitant, ús dels idiomes...), l'ús dels recursos turístics patrimonials/naturals tant materials com immaterials, la gestió mediambiental amb l'eficiència energètica (temperatura dels aires condicionats, tancament de finestres...), la gestió de residus (separació de brossa, reciclatge, ús de materials reutilitzables...), els sorolls (silenci a partir de certes hores, convivència en espais tancats....), etc.
 - Consensuar la ideació, l'estil visual i els guions amb l'Ajuntament de Roses d'acord amb els objectius i característiques descrites en aquest document.
 - El guió i l'estil narratiu ha de ser dinàmic, fresc, pràctic i inspirador per tal de captar l'atenció de l'espectador, amb escenes i personatges que facilitin la

Exp.: **2024/006613**

implicació del visitant/turista en el procés per a ser més sostenibles en l'activitat turística.

- En la mesura del possible, s'incorporaran elements singulars o representatius del municipi per tal de situar l'acció a Roses. A tall d'exemple, elements com la Ciutadella de Roses, la Badia de Roses, Punta Falconera, les platges o el Castell de la Trinitat entre d'altres poden actuar com a àncora per a situar a l'espectador en la destinació ja que en són els elements més reconeguts.
- 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.

2.2.4 Condicions del servei

Les peces audiovisuals que s'hauran d'entregar seran:

- Vídeos tipus infografia animada -*motion graphic 2D* adreçats a públic local :
 - 5 càpsules d'uns 25"
 - 1 càpsula resum de les 5 càpsules anteriors d'uns 120"
- Vídeos tipus infografia animada - *motion graphic 2D* adreçats a turistes/visitants :
 - 10 càpsules d'uns 20"
 - 1 càpsula resum de les 10 càpsules anteriors d'uns 150"

2.2.5 Fases del servei

Per a les creacions de les peces audiovisuals s'hauran de portar a terme les tasques següents:

- Preproducció:
 - Revisió de la documentació entregada per l'Ajuntament amb informació útil per a realitzar les tasques encarregades.
 - Ideació (fil narratiu).
 - Proposta de referències de l'estil visual/gràfic de l'animació.

Exp.: **2024/006613**

- Creació de guions per a cada peça en català.
 - Creació dels *storyboards*.
 - Proposta de la veu en off en català.
 - Proposta musical amb drets universals.
- Producció:
- Disseny de personatges, edificis i escenes.
 - Creació d'icones, grafismes, cairons...
 - Gravació de la veu en off.
 - Animació de les peces.
 - Creació d'efectes.
 - Muntatge de l'àudio i música.
- Postproducció:
- Disseny de la caràtula de portada i sortida.
 - Edició i muntatge de totes les peces amb la veu en off, subtitulacions amb el mateix idioma de la veu en off i música.

2.2.6 Característiques tècniques

Els vídeos (*motion graphics 2D*) hauran de complir els següents requisits tècnics concrets mínims:

- Format MP4
- Alta definició FullHD 1080px
- Entrega de format editable amb la indicació de l'aplicació que s'ha fet servir per a l'edició
- Entrega de fonts emprades
- Creació de les infografies animades en un programa d'animació tipus *After Effects* o similar.

Exp.: **2024/006613**

- Per l'emissió a xarxes socials (Facebook, Twitter i Instagram):
 - La proporció ha de ser 16:9 o 1:1
 - Es recomana pujar vídeos a 1080p: 1920x1080 amb relació d'aspecte vertical o 1080x1080 amb relació quadrat
 - Mida màxima del fitxer 512 MB
 - Podeu trobar més informació sobre els requisits tècnics actuals:
<https://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/multimedia/videos/>

Altres requisits tècnics:

- Els vídeos adreçats a públic local han d'estar entregats en català i els vídeos adreçats a turistes/visitants han d'estar entregats en els idiomes següents: català, castellà, anglès i francès.
- Els vídeos i àudios han de ser accessibles per a garantir que les persones amb diversitat funcional puguin gestionar la reproducció dels elements multimèdia i gaudir-ne plenament.
- 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.
- Els vídeos han de ser compatibles amb diferents formats de visualització.
- Les peces musicals, fotografies, il·lustracions, pictogrames... utilitzades han d'incloure la llicència d'ús universal.
- Textos dels guions en tots els idiomes entregats en format *word*.
- Els vídeos no es poden emetre sense el permís explícit de l'Ajuntament de Roses i, en cap cas, abans que ho faci el mateix Ajuntament.
- Les traduccions i correccions lingüístiques s'han d'incloure en el pressupost, no poden suposar una despesa addicional per l'Ajuntament.

Exp.: **2024/006613**

2.2.7 Campanya de promoció

Caldrà gestionar i executar dues campanyes per a la promoció dels vídeos motion graphics 2D, segmentades segons els 2 públics objectius ja definits.

a. Objectius de les campanyes:

- Vídeos adreçats al públic local :
 - Animar a la població local (ciutadans i empreses) a implementar processos de sostenibilitat en el seu dia a dia.
 - Conscienciar a la població de la importància del seu paper en la sostenibilitat de la destinació.
 - Donar a conèixer els esforços en sostenibilitat que es duen a terme a la destinació.
 - Establir noves dinàmiques d'interacció amb els habitants del municipi.
- Vídeos adreçats a turistes/visitants :
 - Difondre la destinació turística a partir dels valors propis i singulars, com una destinació de sol i platja amb atributs de qualitat.
 - Conscienciar al visitant de la importància del seu paper en la sostenibilitat de la destinació.
 - Donar valor al paper actiu del visitant en un comportament responsable a la destinació.
 - Donar a conèixer els esforços que es duen a terme de sostenibilitat a la destinació.
 - Valorar els atributs vinculats al paisatge, patrimoni i les activitats que es fan a Roses com a element motivador de visita més enllà de la temporada turística d'estiu.
 - Posicionar la marca com a una destinació sostenible, innovadora i digital a la Costa Brava i a Catalunya.

Exp.: **2024/006613**

- Augmentar el volum de les visites a la web turística.
- Establir noves dinàmiques d'interacció amb els usuaris per a enfortir el lligam amb la destinació.

b. Tasques a portar a terme:

- Conceptualització del disseny de la campanya (seguint l'estil gràfic creat pel *motion graphics* i d'acord amb les directrius d'imatge de l'ajuntament), disseny i maquetació de les peces creatives *offline* i online, el contingut, les traduccions i les adaptacions. S'haurà de produir una imatge global i una per a cada càpsula per poder portar a terme accions de promoció conjunta i per separat segmentant per cada protagonista o punts del decàleg.
- Disseny i maquetació dels materials gràfics necessaris per donar visibilitat a la campanya com poden ser: documents i anuncis en format *pdf* i imatge, diferents imatges per a xarxes socials (per a posts, *reels*, campanyes de pagament,... amb les adaptacions corresponents), *banners* estàtics i animats per a inserció en pàgines web i anuncis per a premsa digital i escrita adaptant les mides segons requisits, materials per a suports exteriors (valles, *mupis*...).
- Definició de les accions, proposta de divisió de la despesa en compra de mitjans i impactes segons àmbits territorials, públics objectius i per cada una de les dues campanyes.
- Execució de la compra d'impactes i la coordinació amb la contractació de mitjans i l'entrega dels materials.
- 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.

c. Definició de les accions de promoció de cada campanya, que haurà de comptar amb les següents accions de promoció online:

Exp.: **2024/006613**

- Vídeos adreçats a la població local:
 - Una campanya de Display en mitjans de comunicació online d'àmbit local i comarcal, amb inserció de banners en mitjans de comunicació locals. La durada i la quantitat de les insercions variarà en un funció del mitjà i sempre cercant el màxim d'abast possible, amb una visibilitat mínima de la campanya de dues setmanes.
 - Una campanya Social ADS (utilitzant les comptes turístiques de Facebook, Instagram, Tik Tok i Youtube de l'Ajuntament de Roses), amb una durada mínima de la campanya de cinc setmanes prioritzant el públic objectiu local. La distribució dels anuncis en les diferents plataformes es realitzarà cercant el màxim abast possible.
- Vídeos adreçats a turistes/visitants:
 - Una campanya Social ADS (utilitzant les comptes turístiques de *Facebook*, *Instagram*, *Tik Tok* i *Youtube* de Turisme de Roses), amb una durada mínima de la campanya de tres setmanes i prioritzant el públic situat a la comarca, a l'àrea metropolitana de Barcelona i el del Sud de França. La distribució dels anuncis en les diferents plataformes es realitzarà cercant el màxim abast possible.
 - La incorporació dels materials resultants (imatges, pdf,...) a la pàgines web de l'Àrea de turisme i de l'ajuntament de Roses.
 - La incorporació dels materials resultants a pantalles promocionals locals ubicades en oficines de turisme, ajuntament, allotjaments turístics, empreses d'activitats, museus, comerços...

3. PROPIETAT DELS TREBALLS

Aquesta obligació només afecta als treballs del Lot 1:

Exp.: **2024/006613**

És d'aplicació al treball objecte del present contracte **del Lot 1** l'obligació de mantenir el secret professional durant i després de la seva realització. En tot cas es necessitarà l'autorització de l'Ajuntament de Roses i el Parc Natural de Cap de Creus per a la difusió total o parcial del mateix.

L'autor/empresa adjudicatària cedeix a l'Ajuntament de Roses i el Parc Natural de Cap de Creus els drets de reproducció, distribució, cessió a tercers, comunicació pública i transformació per a l'explotació comercial i no comercial de l'obra encarregada, en tots els idiomes, per a tot el món i tots els terminis de protecció de la propietat intel·lectual.

Aquestes cessions comprenen tots els formats i modalitats d'explotació actualment coneguts, la comunicació pública en qualsevol modalitat, l'explotació digital per Internet, Intranet o qualsevol altra modalitat de difusió electrònica, l'emmagatzematge de l'obra en un servidor, la visualització de l'obra en pantalla i la descàrrega de l'obra, la inclusió en col·leccions o base de dades, etc.

L'import d'aquesta comanda inclou la corresponent remuneració per la cessió de drets, prevista a l'art.46.2 TRLPI.

L'autor/empresa adjudicatària respon de l'autoria i originalitat de l'obra i de l'exercici pacífic dels drets que cedeix per aquest contracte. En cas que l'obra inclogui material protegit original de tercers, l'autor/empresa adjudicatària és el responsable d'obtenir l'autorització corresponent, quan sigui necessària.

L'autoria del treball correspon a la persona/empresa adjudicatària que crea l'obra. L'Ajuntament de Roses i el Parc Natural de Cap de Creus es comprometen a respectar-la i a fer constar el nom de l'autor/empresa adjudicatària sempre que sigui possible, com a Arxiu de l'Ajuntament de Roses/Nom de l'autor.

El Parc Natural de Cap de Creus es reserva el dret de no mencionar el nom de l'autor/empresa adjudicatària en les publicacions a la pàgina web d'acord amb el que marca la Direcció General d'Atenció Ciutadana i que opta per la Llicència CC0 1.0 Universal de Creative Commons

Exp.: **2024/006613**

(<http://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/imatges/definicio/>). En tot cas, i sempre que sigui possible, es farà menció de l'autor/empresa adjudicatària.

És obligació de l'Ajuntament de Roses i del Parc Natural de Cap de Creus garantir la preservació i tractament dels vídeos contractats, que passaran a integrar-se als arxius corresponents.

4. PRESSUPOST

El pressupost de licitació del contracte és d'un total de 31.352,16€, més 6.583,95€ en concepte d'IVA, la qual cosa suposa un despesa màxima de 37.936,11€.

El pressupost base de licitació, per a tota la durada del contracte, es desglossa d'acord amb:

Concepte	Import contracte
Costos directes	
Lot 1 – Material audiovisual divulgatiu per a l'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa en el Parc Natural del Cap de Creus	6.608,00 €
Lot 2 – Material audiovisual (<i>motion graphics</i>) del turisme sostenible a Roses	24.744,16 €
Pressupost base	31.352,16 €
IVA (21%)	6.583,95 €
PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ	37.936,11 €

Exp.: **2024/006613**

Per al Lot 1:

El pressupost de licitació pel Lot 1 és d'un total de 6.608,00 euros, més 1.387,68 euros en concepte d'IVA, la qual cosa suposa una despesa màxima de 7.995,68 euros.

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.

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

Exp.: **2024/006613**

Concepte	Hores	Preu per hora	Import total
Costos directes:			
Despeses de personal			
Cap de projecte	15	60,00 €	900,00 €
Càmera i so	50	50,00 €	2.500,00 €
Edició	50	50,00 €	2.500,00 €
Total costos directes			5.900,00 €
Costos indirectes:			
Despeses generals (6%)			354,00 €
Benefici industrial (6%)			354,00 €
PRESSUPOST BASE			6.608,00 €
IVA			1.387,68 €
Total costos indirectes			2.095,68 €
PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ			7.995,68 €

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

Per al Lot 2:

El pressupost de licitació per al Lot 2 és d'un total de 24.744,16 euros, més 5.196,27 euros en concepte d'IVA, la qual cosa suposa una despesa màxima de 29.940,43 euros.

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

Exp.: 2024/006613

Concepte	Import total
Costos directes:	
Creació de vídeos (<i>motion graphics</i>) i càpsules:	13.300,00 €
Preproducció: Ideació, creació de guions, continguts textuels i storyboards en català, referències de l'estil gràfic i proposta de la veu en off i de la peça musical Vídeos 1. Conscienciació local (1 vídeo genèric i 5 càpsules) Vídeos 2. Conscienciació visitant (1 vídeo genèric i 10 càpsules)	2.800,00 €
Producció: Disseny, creació de grafismes/icones, gravació de la veu en off, animació, creació d'efectes	4.500,00 €
Postproducció: Edició de totes les peces amb veu en off, música, efectes...	4.000,00 €
Revisió del català i traduccions al castellà, anglès i francès, veus en off, gravació i 2 peces musicals	2.000,00 €
Campanyes de promoció:	7.800,00 €
Creació de les accions online i els materials de suport digital, seguiment, reformulacions, creacions d'informes i memòria final	2.000,00 €
Campanya Social ADS públic local	2.300,00 €
Campanya de Display en mitjans de comunicació públic local	1.400,00 €
Campanya Social ADS públic visitant	2.100,00 €
Gestió i coordinació del projecte:	993,00 €
Total costos directes	22.093,00 €
Costos indirectes:	
Despeses generals (6%)	1.325,58 €
Benefici industrial (6%)	1.325,58 €
PRESSUPOST BASE	24.744,16 €
IVA	5.196,27 €
Total costos indirectes	7.847,43 €
PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ	29.940,43 €

Exp.: **2024/006613**

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, publicar 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 en 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.

5. DURADA DEL CONTRACTE

Es preveu que la durada del contracte sigui de:

- Lot 1 - Material audiovisual divulgatiu per a l'impuls de les bones pràctiques en la pesca recreativa en el Parc Natural del Cap de Creus: 6 mesos a comptar a partir de l'endemà de la formalització del contracte.
- Lot 2 – Material audiovisual (*motion graphics 2D*) del turisme sostenible a Roses: 7 mesos a comptar a partir de l'endemà de la formalització del contracte. Els primers 4 mesos es destinaran a la conceptualització i creació de vídeos i els altres 3 mesos a definició i execució de la campanya de comunicació associada.

6. OBLIGACIONS ESPECÍFIQUES DE L'ADJUDICATARI

Exp.: **2024/006613**

L'empresa adjudicatària es compromet a portar a terme les prestacions 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:

- a. 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.
- b. Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- c. Tenir contractades i mantenir vigents les pòlisses d'assegurança per responsabilitat civil.

7. 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

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.

Exp.: **2024/006613**

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.

8. 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.

9. ESPECIFICITATS DEL PRTR

9.1 Identitat corporativa

Exp.: **2024/006613**

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:



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

9.2 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



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

Exp.: **2024/006613**

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.
- 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.

Exp.: **2024/006613**

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.

9.3 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 (UE) 2020/852 (Do not significant harm – DNSH).
- 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:

Exp.: **2024/006613**

- 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,

Exp.: **2024/006613**

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.