

PLEC DE CLÀUSULES TÈCNIQUES PARTICULARS

**SERVEIS DE DEFINICIÓ DE CONCEPTE, EXPRESSIÓ CREATIVA I
PRODUCCIÓ PUBLICITÀRIA PER A LA CAMPANYA DE
LLANÇAMENT DE LA MARCA PIRINEU365, AIXÍ COM LA
CESSIÓ DELS SEUS DRETS D'EXPLOTACIÓ DURANT UN MÍNIM
DE 3 ANYS**

Setembre 2024

ÍNDEX

1. Objecte del contracte.....	3
2. Abast del servei:	4
3. Àmbit del servei:	4
4. Descripció dels servei	4
5. Condicions del servei	7
5.1. Experiència de l'empresa	7
5.2. Equip professional	7
5.3. Condicions d'execució del servei	8
5.4. Qualitat del servei i treballs realitzats	9
5.5. Consideracions generals.....	9
5.6. Liquidació econòmica prestació servei	9
6. Confidencialitat, Seguretat i protecció de dades.....	10
6.1 Confidencialitat	10
6.2 Seguretat i Protecció de Dades.....	10
6.3. Clàusula de propietat industrial i intel·lectual.....	11
7. Documentació a presentar amb l'oferta	13

ANNEX 1 – CONTRACTE DE CESSIÓ D'EXPLOTACIÓ DE DRETS D'AUTOR

ANNEX 2 – AUTORITZACIÓ CESSIÓ DRETS IMATGE I INFORMACIÓ PROTECCIÓ DADES

ANNEX 3 – DECLARACIÓ RESPONSABLE DE DISPOSAR DE AUTORITZACIÓ PER A FILMACIÓ I/O SESSIONS FOTOGRÀFIQUES EN MATERIA DE CESSIÓ DE DRETS IMATGE I PROTECCIÓ DADES PERSONALS

ANNEX 4 – POLÍTICA FGC TURISME

1. Objecte del contracte

El present contracte té per objecte la contractació dels serveis de definició de concepte, expressió creativa i la producció publicitària per a la campanya de llançament de la marca Pirineu365 així com al cessió dels seus drets d'exploació.

FGC Turisme gestiona sis estacions de muntanya al Pirineu de Catalunya: La Molina, Vall de Núria, Vallter, Espot Esquí, Port Ainé i Boí Taüll. Fins ara, la presència d'aquestes estacions al mercat on es troba el seu públic objectiu (principalment Catalunya) s'ha basat en els propis equipaments físics (l'estació de muntanya – edificis i instal·lacions) i la creació i manteniment de suports de comunicació en el canal online (lloc web, aplicació mòbil, botiga online, perfils en xarxes socials...), les accions de comunicació corporativa, la promoció en fires i activacions “de carrer” i l'execució de campanyes publicitàries. En l'àmbit publicitari, i en un context de restricció pressupostària pel que fa a la despesa publicitària per al posicionament de les marques de forma individualitzada, l'empresa Ogilvy va recomanar el 2020 en una consultoria la necessitat de crear una marca paraigua per a vehicular el discurs i missatge publicitari de les sis estacions d'FGC en conjunt cap al mercat i públic objectiu al que es dirigeix.

La marca Pirineu365, tal i com indica el propi nom, neix per ser altaveu de l'oferta d'oci i les activitats a l'aire lliure disponibles arreu del Pirineu català els 365 dies de l'any i pretén transmetre els conceptes de desestacionalització i diversificació de l'activitat a les estacions de muntanya. FGC Turisme està treballant en aquesta via de cara a ampliar el ventall de productes i serveis a les diferents estacions, complementant d'aquesta manera l'esquí, que fins ara ha sigut l'activitat principal a totes sis estacions. Així doncs, altres activitats de muntanya que es poden realitzar fora de la temporada d'hivern, com és el senderisme, ciclisme en tots els seus àmbits (muntanya i carretera) i demés activitats per a grans i petits, estan prenent cada vegada més rellevància dins l'oferta de producte de les estacions d'FGC i és per això que la marca Pirineu365 i la comunicació que es derivi de la nova campanya creativa han de transmetre aquest nou posicionament.

Pirineu365 no és una marca de nova creació. Fa quatre anys que té presència al mercat de forma discreta. En son exemple els dissenys dels suports físics (targetes) de recàrrega de forfets i altres productes de les estacions de muntanya d'FGC Turisme, elements de branding a les estacions de muntanya (lones, cartelleres, pantalles informatives...) i també en tota la comunicació i accions de promoció del programa de fidelització de clients “Club Pirineu365”. És per això que la marca ja compta amb una certa notorietat entre els clients de les estacions, però no amb el públic general.

Tot i això, cal tenir en compte que, fins el 2025, en cap cas s'ha fet cap acció de comunicació (ni orgànica ni publicitària) dirigida a públic objectiu amb el missatge comunicatiu de que Pirineu365 esdevé a partir d'ara la marca paraigua de les sis estacions ni sota una campanya creativa. La producció d'aquesta campanya i llançament és l'objecte principal d'aquesta licitació i la previsió de llançament a mercat està prevista per l'estiu 2025.

Per altra banda, cal tenir en compte que l'estiu 2023 es va llançar el programa de fidelització de les estacions de muntanya d'FGC Turisme, anomenat Club Pirineu365.

Per últim, en quant definició de marca, cal tenir en compte que actualment s'està desenvolupant el projecte de definició de la plataforma estratègica de la marca Pirineu365 i tota la seva aplicació. Fins ara el manual d'estil de la marca ha estat conformat per una definició molt bàsica d'elements identificatius i és per això que actualment s'està desenvolupant el projecte de definició de la seva identitat i la convivència amb les diferents estacions que engloba als diferents suports i canals. Aquesta nova definició es durà a terme durant l'últim trimestre de 2024.

2. Abast del servei:

L'abast del servei per a la campanya de llançament de la marca Pirineu365 inclou a grans trets les següents àrees:

- Definició de Concepte Creatiu
- Expressió Creativa
- Producció Publicitària
- Implementació i Llançament
- Suport i coordinació
- Cessió dels drets d'exploació de la producció de materials objecte d'aquesta licitació, així com els drets d'imatge dels models que figurin en el rodatge i sessió de fotos segons el que s'especifica al punt 6.3 d'aquest plec tècnic.

Aquest abast del servei garanteix una campanya de llançament integral i efectiva per a la marca Pirineu365, assegurant que es comuniquin de manera clara i atractiva els valors i l'oferta de les 6 estacions de muntanya de FGC Turisme.

3. Àmbit del servei:

L'àmbit de prestació dels serveis són les unitats de negoci de Turisme d'FGC. En algun cas puntual pot ser necessari desplaçar-se a les oficines d'FGC. i allò que requereixi l'objecte del contracte per a la seva completa prestació.

4. Descripció dels servei i planificació

L'objecte d'aquest contracte contempla l'execució de totes les tasques implícites en el procés de definició i ideació d'un concepte i missatge publicitari i la producció de la pròpia creativitat de campanya. Inclou també tots els drets d'exploació dels materials publicitaris resultants, així com els drets d'imatge dels models que figurin en el rodatge i sessió de fotos.

Els treballs que haurà de realitzar l'empresa adjudicatària en el marc d'aquest contracte seran els propis d'un pla de creació de campanya publicitària. Amb caràcter enunciatiu i no excloent, es detallen a continuació totes les tasques que caldrà que l'adjudicatari executi en les tres fases diferenciades del pla de producció,

Pla de Creació de la campanya publicitària PIRINEU365

Fase I de Preproducció

1. Definició del concepte creatiu
 - a. Trobada de pluja Idees o brainstorming creatiu
 - b. Proposta de Storyboard
 - c. Plantejament del Brief creatiu
 - d. Aprovació del concepte final
2. Planificació de mitjans per a la campanya de llançament
 - a. Selecció de mitjans (televisió, ràdio, premsa, digital, xarxes socials, etc.)
 - b. Planificació de mitjans detallada¹
 - c. Definició de calendari de difusió
3. Elaboració del pressupost
 - a. Desglossament de costos vinculats a la producció publicitària
 - b. Elaboració d'un pla de gestió de recursos
4. Planificació de la producció de campanya
 - a. Selecció de l'equip de producció (directors, productors, dissenyadors, etc.)
 - b. Definició d'un cronograma de producció
 - c. Gestió de localitzacions i permisos
 - d. Gestió de càsting de figurants i vestuari
 - e. Reunió i presentació de document de pre producció PPM

Fase II de Producció

5. Producció Audiovisual
 - a. Rodatge (direcció, filmació, àudio)
 - b. Sessions de fotografia
 - c. Disseny gràfic i creació de contingut digital
6. Execució d'Arxius Màster de Campanya
 - a. Màster Print Vertical i Horitzontal
 - i. Disseny gràfic i maquetació
 - ii. Aprovació i ajustos finals
 - iii. Execució d'arts finals i entrega arxius en obert
 - b. Falca de Ràdio
 - i. Guionització
 - ii. Gravació de veu
 - iii. Edició i mescla d'àudio
 - d. Espot per a Televisió de 20 segons
 - i. Guionització
 - ii. Filmació i producció de vídeo
 - iii. Edició final
 - iv. Execució d'arts finals i entrega arxius en obert

¹ Aquesta tasca es desenvoluparà en col·laboració amb l'agència de Mitjans contractada per FGC a tal efecte

- e. Arxius de Display i Richmedia
 - i. Disseny de banners i richmedia
 - ii. Desenvolupament d'interactivitat
 - iii. Proves i optimització
 - iv. Execució d'arts finals i entrega arxius en obert
- f. Arxius per a xarxes socials
 - i. Disseny gràfic i maquetació
 - ii. Aprovació i ajustos finals
 - iii. Execució d'arts finals i entrega arxius en obert

Caldrà que l'adjudicatari entregui a FGC les arts finals de tots els arxius màsters de campanya, així com una versió en un format que permeti la seva edició i una guia d'aplicació de la campanya per a que l'agència de disseny o estudi d'FGC pugui fer adaptacions dels màsters de forma autònoma amb programari de la suite d'Adobe.

- 7. Gestió de Recursos
 - a. Coordinació de l'equip de producció
 - b. Supervisió del compliment de temps i pressupost
 - c. Solució de problemes en temps real

Fase III de Postproducció

- 8. Edició i Muntatge
 - a. Edició de vídeo i àudio per a l'spot de televisió
 - b. Disseny de gràfics i efectes especials per a l'espot i arxius de display/ richmedia
 - c. Ajustos de color i so per a tots els outputs
- 9. Revisió i Aprovació
 - a. Revisió interna del material per part de la productora
 - b. Ronda de Feedback amb FGC i execució d'ajustos si és d'aplicació
 - c. Aprovació final de FGC
- 10. Adaptacions i traduccions
 - a. Traducció de tots els màsters al castellà
- 11. Seguiment de l'execució
 - a. Seguiment i coordinació amb l'agència de mitjans d'FGC en la implementació del pla de mitjans
 - b. Suport a l'agència de disseny i/o estudi d'FGC per a l'execució d'adaptacions
 - c. Suport a l'agència de mitjans en la pujada i prova d'arxius de display i richmedia en plataformes digitals

Pel que fa a la planificació prevista per a l'execució d'aquest pla de producció de campanya publicitària, s'estableix una programació aproximada segons segueix:

- **Fase I – Preproducció**
De 4 setmanes màxim des de la formalització
- **Fase II – Producció**
Per a la producció vinculada a l'hivern, de 8 setmanes màxim des de la finalització de la fase I

Per a la producció vinculada a l'estiu, de 8 setmanes màxim a partir de l'inici dels treballs específics d'aquesta sub fase, previstos pel 15 d'abril de 2025.

- **Fase III – Postproducció**

Per a la producció vinculada a l'hivern, de 2 setmanes màxim des de la finalització de la fase II de producció (tant d'hivern com d'estiu).

La tasca número 11 de la fase de postproducció de seguiment de l'execució de campanya s'estendrà fins al 30 de setembre de 2025.

5. Condicions del servei

5.1. Experiència de l'empresa

L'empresa licitadora haurà d'acreditar experiència prèvia en l'execució de serveis iguals o similars als de l'objecte d'aquest contracte d'acord amb els mínims exigits en la solvència tècnica requerida en el PCAP d'aquesta licitació. L'objectiu d'aquest requeriment és el d'assegurar una capacitat mínima de l'empresa licitadora per a l'execució correcta del servei.

5.2. Equip professional

L'equip professional que l'empresa licitadora haurà d'assignar a l'execució d'aquest contracte haurà d'estar format per, com a mínim, set persones:

- Un/a (1) director/a de campanya que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 10 anys d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals i un mínim de 1 servei similar a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic
- Un/a (1) director/a creatiu/va que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 10 anys d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals i un mínim de 1 servei similar a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic
- Un/a (1) director/a d'art que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 10 anys d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals i un mínim de 1 servei similar a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic
- Un/a (1) redactor/a publicitari/a que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 5 anys d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals.
- Un/a (1) dissenyador/a gràfic/a que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 5 anys d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals
- Un/a (1) fotògraf/a que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 10 anys d'experiència en agències de publicitat o productores audiovisuals i un mínim de 1 servei similar a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic.
- Un/a (1) productor/a audiovisual que hagi cursat estudis superiors que assegurin la competència en la matèria o titulació equivalent homologada a l'estat espanyol, amb un mínim de 10 anys

d'experiència en agències de publicitat, disseny gràfic, comunicació o productores audiovisuals i un mínim de 1 servei similar a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic.

Addicionalment i per a garantir la correcta execució del contracte, s'assumeix que l'empresa licitadora posarà a disposició de l'equip executor d'altres professionals contractats per la pròpia empresa o subcontractats.

Qualsevol canvi en l'equip professional assignat al projecte durant l'execució del contracte haurà de ser informat als responsables del contracte d'FGC amb un mínim de 15 dies d'antelació a la seva realització. Les persones de nova incorporació a l'equip professional hauran d'acomplir els mateixos requisits que s'exigeixen en aquest plec, del contrari esdevindrà una infracció molt greu i suposarà causa de penalització del contracte.

Caldrà que l'empresa licitadora del servei presenti un organigrama detallat ²de l'equip executor mínim del servei així com d'altres tècnics de suport que pugui incloure, així com que l'acompanyi d'un Portafoli de projectes realitzats per part dels membres i ens especial pels directors/res creatius, d'art, productor/a audiovisual i fotògraf/a.

5.3 Condicions d'execució del servei

La prestació del servei s'ha de dur a terme segons les següents condicions:

- El servei haurà de començar a partir de la formalització del contracte i tindrà una durada fins el 30/09/2025, **com a mínim.**
- La prestació del servei per part de l'adjudicatari es farà, de forma general, a les oficines de l'adjudicatari. No obstant, per tasques de producció audiovisual, serà requerida la realització de treballs a les explotacions turístiques i/o territori d'influència.
- Estar en disposició de poder prestar el servei objecte d'aquest contracte en horari laboral de dilluns a divendres de 08 a 18hrs.
- L'empresa contractista haurà d'estar en disposició de fer reunions presencials a les dependències d'FGC a les seves oficines de Barcelona i utilitzar les eines de treball i comunicació que prescrigui FGC per a la gestió d'aquesta funció.
- Els terminis d'entrega de projectes i feines estan planificats en l'objecte del contracte i son d'obligat compliment.
- Els materials, recursos tècnics, vehicles per al transport, equipament informàtic, programari i llicenciamment necessari per satisfer la correcta execució d'aquest contracte hauran de ser aportats per l'empresa adjudicatària. FGC no es farà càrrec de cap despesa més enllà de la liquidació de serveis prevista en aquest contracte
- En cas de subcontractar algun servei, serà requerit que l'adjudicatari n'informi abans als responsables d'FGC i aquests donin la seva conformitat a la proposta.

² Previst al punt 7 del PCTP "Documentació a presentar amb l'oferta"

5.4. Qualitat del servei i treballs realitzats

Li correspon a l'adjudicatari establir les mesures que consideri adients per lliurar les tasques del contracte amb els nivells mínims de qualitat que li són exigits.

5.5. Consideracions generals

L'adjudicatari estarà subjecte a complir els criteris ambientals, els requeriments generals i específics per proveïdors i subcontractistes i els procediments derivats de la ISO 14001 i la indicació de Qualitat Q, així com la Política de FGC Turisme (veure Annex 1 – POLÍTICA DE TURISME).

FGC podrà demanar a l'adjudicatari la informació o resultats que tinguin d'algun sistema de control, reducció i mitigació de les seves emissions de CO², per tal d'avaluar l'impacte ambiental de tota la cadena de valor vinculada el contracte.

Per poder assumir aquests plantejaments l'adjudicatari haurà de disposar de tots aquells recursos tècnics i humans suficientment qualificats i comptar amb els mitjans de formació suficients.

Qualsevol canvi en l'organització del servei i/o la composició de l'equip de treball haurà de ser comunicat per l'empresa adjudicatària a FGC sigui per correu electrònic formal o en les reunions de seguiment. En tot cas sempre serà amb l'antelació suficient que garanteixi que la seguretat, l'execució dels treballs, l'acompliment dels procediments de treball. i qualitat del servei no es vegi afectada.

L'empresa adjudicatària en tota la documentació, publicitat, imatge o material que generi durant l'execució del contracte, haurà d'emprar un ús del llenguatge no sexista, respectuós i inclusiu, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes i fomentar imatges amb valors d'igualtat, diversitat, presència equilibrada i pluralitat de identitats.

5.6. Liquidació econòmica prestació servei

FGC abonarà la prestació del servei segons les etapes acomplertes, una vegada efectuat el servei, facilitant els entregables associats i havent presentat els albarans de servei prestats als responsables de FGC i que aquests en validin el contingut.

La liquidació dels serveis anirà segons el següent percentatge màxim en cada una de les fases de treball per part de l'adjudicatari:

- Fase I – Preproducció -10% import adjudicat
- Fase II – Producció
Hivern: 20% import adjudicat
Estiu: 20% import adjudicat
- Fase III – Postproducció i cessió de tots els drets d'exploació dels materials publicitaris resultants, així com els drets d'imatge dels models que figurin en el rodatge i sessió de fotos.
50% import adjudicat.

6. Confidencialitat, Seguretat i protecció de dades

6.1 Confidencialitat

L'empresa adjudicatària està obligada a guardar secret respecte les dades o informació prèvia que no sent públics o notoris, estiguin relacionats amb l'objecte del contracte. Qualsevol comunicat de premsa o inserció als mitjans de comunicació que l'adjudicatari realitzi referent al servei que presta a FGC haurà de ser aprovat prèviament pel client.

6.2 Seguretat i Protecció de Dades

L'adjudicatari dels serveis es compromet a complir els requeriments de seguretat i continuïtat aplicables a l'objecte del contracte especificats a:

- Les normes ISO/IEC/UNE 17799 de millors pràctiques de seguretat de la informació i UNE71502 de gestió de la seguretat de la informació, adaptades a l'estructura administrativa, personal i entorn tecnològic del client i aplicades de forma proporcional als riscos reals.
- Al 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 –en endavant RGPD–.
- Que d'acord amb l'article 28.3 del RGPD, la realització de tractament per compte de tercers, haurà d'estar regulada en un contracte què haurà de constar per escrit o en alguna altra forma que permeti acreditar la seva celebració i contingut, establint-se expressament que l'encarregat del tractament únicament tractarà les dades conforme a les instruccions del responsable del tractament, i no les aplicarà o utilitzarà amb finalitat diferent a la que figuri en el contracte, ni les comunicarà ni tan sols per a la seva conservació, a altres persones.
- La Directiva 2014/24/UE del Parlament Europeu i del Consell, de 26 de febrer de 2014, sobre contractació pública, posa en relleu la dimensió instrumental de la contractació pública per assolir un creixement intel·ligent, sostenible i integrador seguint la pauta marcada per l'Estratègia Europa 2020 i impulsa el concepte de contractació pública socialment responsable que ha de conduir els òrgans de contractació a utilitzar la compra pública per assolir finalitats socials i ambientals que ajudin a l'assumpció del desenvolupament de determinades polítiques públiques. Per tant, la normativa en matèria de contractació pública permet que per adjudicar un contracte es puguin valorar qüestions que obeeixin a un objectiu social o ambiental.
- L'empresa adjudicatària haurà de proporcionar, al llarg de tot el període d'execució del contracte, la informació relativa a la prestació de serveis públics o a l'execució de potestats administratives delegades que FGC consideri que ha de ser publicada d'acord amb el que disposa la normativa sobre transparència i lliure accés a la informació. La publicació a Internet serà realitzada per FGC a través del portal de transparència.
- "El principi vuitè de l'article 3 de la Llei 17/2015 estableix que els poders públics catalans han de fer un ús no sexista del llenguatge, que eviti l'expressió de concepcions sexistes de la realitat i els usos androcèntrics i amb estereotips de gènere, i han de promoure un llenguatge respectuós amb les dones, amb les minories i amb totes les persones en general en l'atenció personal i en tota la documentació escrita, gràfica i audiovisual. Per aquest motiu l'empresa contractista haurà d'incorporar en tots els serveis que dugui a terme la comunicació no sexista i la perspectiva de gènere."

Adicionalment, l'adjudicatari es compromet a:

- Complir amb les directives tecnològiques i de seguretat i qualitat que estableixi el client.
- Implementar les mesures, processos, i requeriments que el client sol·liciti amb aquesta finalitat i li proposarà els que consideri necessaris per millorar les solucions.
- Facilitar tota aquella informació que el client requereixi per tal que aquest pugui donar compliment a la legislació i normativa referida en aquest apartat.

6.3. Clàusula de propietat industrial i intel·lectual i cessió del dret d'exploació de la propietat intel·lectual

La totalitat dels treballs realitzats objecte d'aquest contracte (a partir d'ara l'Obra), seran propietat exclusiva de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC), així com tots els drets de propietat industrial i intel·lectual que recaiguin sobre els mateixos i que es generin com a conseqüència de l'execució del contracte, sense que l'adjudicatària pugui fer cap ús o divulgació dels mateixos, ni de forma total o parcial, directa o extractada, sense expressa autorització d'FGC. L'adjudicatària accepta expressament la cessió a FGC de la propietat intel·lectual i industrial dels treballs objecte d'aquest contracte.

De conformitat amb el Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, l'empresa adjudicatària cedeix a FGC, en exclusiva i a perpetuïtat, els drets d'exploació de l'Obra. Per tant, cedeix i autoritza la lliure utilització de l'Obra per a la seva difusió, reproducció, comunicació pública, transformació i divulgació per part d'FGC, utilitzant qualsevol mitjà i de qualsevol forma. L'esmentada cessió dels drets de propietat intel·lectual es realitza pel màxim temps legal possible i en un àmbit d'eficàcia mundial.

En el cas dels drets de propietat industrial, la titularitat d'FGC és igualment exclusiva i comprendrà la possibilitat d'exploar-los en qualsevol camp i de registrar-los o no davant qualsevol oficina de propietat industrial, sent l'àmbit mundial i pel màxim temps legal possible.

Igualment, FGC queda expressament autoritzat a transmetre els drets de propietat intel·lectual i industrial sobre l'Obra a altres societats, empreses o entitats del grup FGC.

L'empresa adjudicatària garantirà que els treballs i serveis prestats a FGC, objecte del contracte, no infringeixen ni vulneren els drets de propietat intel·lectual o industrial o qualsevol altre dret legal o contractual de tercers, quedant FGC indemne de qualsevol responsabilitat.

En atenció a tot l'anterior, l'adjudicatari queda obligat a subscriure el corresponent contracte de cessió d'exploació dels drets d'autor del material que cedeixi a FGC (annex 1 d'aquest plec tècnic).

En el marc d'aquesta licitació l'empresa adjudicatària haurà de cedir a FGC tots els drets d'exploació dels materials publicitaris resultants, així com els drets d'imatge dels models que figurin en el rodatge i sessió de fotos. Les condicions específiques d'aquesta cessió són les següents:

Mitjà	Àmbit territorial	Àmbit temporal
Televisió	Catalunya	3 anys
Exteriors	Catalunya	3 anys
Revistes i premsa escrita	Espanya	3 anys
Ràdio	Catalunya	3 anys
Internet i mitjans digitals	Espanya	3 anys
Materials publicitaris impresos	Espanya	3 anys
Xarxes socials	Espanya	3 anys
Drets imatge models	Espanya	3 anys

L'adjudicatari serà el responsable de gestionar i obtenir els corresponents permisos i/o contractes de cessió de drets d'imatge dels models, assegurant així el compliment legal i contractual.

Condicions generals de cessió de drets

- La cessió de drets inclou l'ús, reproducció, distribució, comunicació pública, transformació i qualsevol altra modalitat d'explotació dels materials publicitaris.
- FGC tindrà plena llibertat per adaptar, modificar o transformar els materials publicitaris segons les seves necessitats, sempre respectant la integritat de l'obra en la mesura del possible.
- L'empresa adjudicatària haurà de garantir que els materials publicitaris i els drets d'imatge cedits no infringeixen drets de tercers i que compten amb totes les autoritzacions necessàries per a la seva explotació per part de FGC.
- La cessió de drets serà exclusiva per a FGC durant el període i territoris especificats, permetent a FGC utilitzar els materials publicitaris en qualsevol mitjà o format, present o futur.

Aquest apartat haurà de ser acceptat i signat per l'empresa adjudicatària com a condició indispensable per a la formalització del contracte i l'execució del projecte publicitari.

6.4. Regulació en matèria de cessió de drets d'imatge i protecció de dades personals

En compliment del 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 i pel que es deroga la Directiva 95/46/CE (Reglament General de Protecció de Dades) i de la Llei Orgànica 3/2018, del 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i Garantia dels Drets Digitals, en el cas que el producte resultant compti amb la imatge o veu de tercers persones, caldrà que el proveïdor hagi obtingut de totes i cadascuna d'aquestes persones físiques, identificades i identificables, el seu consentiment exprés per a la cessió dels seus drets d'imatge i el consentiment per al tractament de les seves dades personals, havent de certificar a FGC aquest fet mitjançant una declaració responsable conforme disposa de tots i cadascun dels consentiments de les persones interessades.

En atenció a l'anterior, s'acompanya annexat en aquest plec tècnic com a part integrant del mateix

- (i) el model d'autorització de la cessió de drets a tercers entre l'adjudicatari i la persona interessada (Annex 2) i

- (ii) el model de declaració responsable que haurà de signar l'adjudicatari a petició d'FGC conforme disposa de totes les autoritzacions (annex 3)

En el cas que canviés la normativa durant l'execució del contracte, la nova normativa se subrogaria en el lloc de la citada en el present document, a tots els efectes.

7. Documentació a presentar

Els licitadors hauran de resoldre l'exercici – supòsit de creació d'una Campanya publicitària segons l'enunciat que s'annexa (Annex 4 BRIEFING CREATIU - SOSTENIBILITAT LM I VDN.docx).

El document per a la proposta s'haurà de presentar en format pdf i l'extensió del mateix no podrà superar les 30 pàgines, format DIN-A4 a una cara. Les pàgines que excedeixin aquest nombre no es valoraran. En aquestes 30 pàgines no computaran la portada, índex ni annexes, que es podran presentar en format digital.

Material de recurs:

- [Manuals identitat actual Pirineu365 i resta marques muntanya i FGC Turisme](#)
- [Mapa visual de marques actuals FGC Turisme](#) (no actualitzat, referència conceptual)
- [Màsters de campanya "La Natura a un sol Pas"](#) (a mode d'exemple de campanya anterior)

ANNEX 1 – CONTRACTE DE CESSIÓ D'EXPLOTACIÓ DE DRETS D'AUTOR

ANNEX 2 – AUTORITZACIÓ CESSIÓ DRETS IMATGE I INFORMACIÓ PROTECCIÓ DADES

**ANNEX 3 – DECLARACIÓ RESPONSABLE DE DISPOSAR DE AUTORITZACIÓ PER A
FILMACIÓ I/O SESSIONS FOTOGRÀFIQUES EN MATERIA DE CESSIÓ DE DRETS
IMATGE I PROTECCIÓ DADES PERSONALS**

ANNEX 4 – BRIEFING CREATIU - SOSTENIBILITAT MOLINA I VALL DE NÚRIA

ANNEX 5 – POLÍTICA D'FGC TURISME