
PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE COORDINACIÓ INTEGRAL DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ DEL CATALANDANCE 2025, EL MERCAT ESTRATÈGIC DE LA DANSA CONTEMPORÀNIA A CATALUNYA, AIXÍ COM DELS SERVEIS DE DISSENY, PRODUCCIÓ I GESTIÓ DE CONTINGUTS ONLINE I OFFLINE DE LA CAMPANYA

ÍNDEX

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC	3
II. CONTEXT DE LA CAMPANYA	3
III. OBJECTIUS DE LA CAMPANYA.....	5
IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA	5
V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA	5
VI. ABAST DE LA CAMPANYA	6
VII. DESCRIPCIÓ DELS REQUERIMENTS I DE LES TASQUES A REALITZAR	6
VIII. CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ	10
IX. PERSONAL ADSCRIT A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE	10
X. COORDINACIÓ, SEGUIMENT I CONTROL	11
XI. RELACIONS DEL PERSONAL AMB LES PERSONES DESTINATÀRIES DEL SERVEI.....	11
XII. OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI/ÀRIA	13

I. OBJECTE DEL PRESENT PLEC

El contracte té per objecte la coordinació integral de la campanya de comunicació del CataLANDance 2025, el mercat estratègic de la dansa contemporània de Catalunya, que comprendrà la prestació dels següents serveis:

- A. Coordinació integral de la campanya de premsa i comunicació del CataLANDance.
- B. Serveis de disseny de les adaptacions de la imatge del CataLANDance.
- C. Producció, impressió, manipulació, muntatge, desmuntatge i lliurament dels elements de comunicació de la campanya.
- D. Creació i gestió d'un canal d'Instagram per al CataLANDance.
- E. Creació d'una web per al CataLANDance i creació, pujada i actualització dels seus continguts.

II. CONTEXT DE LA CAMPANYA

Un dels objectius de l'ICEC, l'Institut Català de les Empreses Culturals de la Generalitat de Catalunya, és desenvolupar diverses línies d'actuació que contribueixin a augmentar la competitivitat de les empreses culturals catalanes en els mercats nacionals i internacionals. D'acord amb aquest objectiu, des de l'Àrea de Mercats, es treballa un ampli programa d'accions i serveis per aconseguir la internacionalització de les empreses culturals catalanes i estimular la seva presència en les principals plataformes de contractació i esdeveniments donant suport a la comercialització dels serveis, productes i creacions culturals i artístiques fetes a Catalunya.

L'Àrea de Mercats de l'ICEC coordina i col·labora amb els mercats estratègics d'arts escèniques i música a Catalunya (FiraTàrrrega, La Mostra d'Igualada, Mercat de Música Viva de Vic i Trapezi) per tal de donar impuls a la seva activitat i al seu posicionament internacional, així com reforçar-ne el paper com a plataformes d'exhibició i contractació de la producció cultural catalana d'arts en viu.

Aquests mercats són fonamentals per a la dinamització de les diferents disciplines artístiques ja que són estratègics com a espais de trobada i d'intercanvi, com a plataformes idònies per presentar noves propostes i fomentar els contactes professionals.

El suport de l'ICEC a aquests mercats estratègics va de la mà amb els Ajuntaments de les sis ciutats implicades així com de la complicitat amb els sectors professionals respectius. Aquesta col·laboració és indispensable per optimitzar al màxim els recursos disponibles i augmentar l'efectivitat dels mercats. Amb l'Associació de Companyies Professionals de Dansa (ACPD) i l'Associació de Professionals de la Dansa de Catalunya (APdC) es va iniciar un debat conjunt sobre quin és l'ideal de mercat estratègic de la dansa a Catalunya.

Aquest debat va donar fruit tot donant forma al nou mercat estratègic de la dansa a Catalunya, que constarà de dos esdeveniments: un els anys parells a Tarragona (mercat nacional) i un els anys senars a Terrassa (mercat internacional, al qual s'anomena CataLANDance)

CataLANDance neix amb la ferma intenció de ser un espai de trobada per a programadors i programadores i professionals del sector de la dansa, que podran relacionar-se per a promoure les col·laboracions, impulsar la seva presència a nivell internacional i fomentar així la contractació d'espectacles de dansa.

CataLANDance, coorganitzat amb l'Ajuntament de Terrassa i l'ICEC i la seva marca d'internacionalització Catalan Arts, se suma a les accions de foment del mercat de la dansa que

enguany ha comptat amb la jornada, també biennal, Especial Dansa, celebrada el 19 de març de 2024 a Tarragona i que ha nascut amb la voluntat de ser un espai de referència per a generar oportunitats de programació en territori català i ampliar els llaços entre els diferents agents del sector.

Totes dues iniciatives volen ser complementàries i impulsar el mercat internacional d'una banda i el nacional per un altre, creant les condicions necessàries per a fomentar l'estratègia de mercat del sector. D'aquesta manera es vol garantir que els i les professionals de la dansa a Catalunya puguin tenir cada any una finestra per a donar a conèixer els seus projectes, multiplicant alhora les oportunitats que també s'ofereixen en la resta de Mercats estratègics del Departament de Cultura.

Terrassa és una de les ciutats catalanes més compromeses amb la promoció cultural i amb una llarga tradició de dansa vinculada tant a l'administració local, com a entitats culturals i associatives, així com una gran oferta d'escoles de dansa de renom en el territori. La dansa clàssica, i la contemporània, amb festivals de noves tendències com el TNT, que també acull a professionals de tot arreu, i la programació de la Temporada de Dansa de LaFACT, són alguns dels exemples de com la ciutat porta en el seu ADN aquesta expressió artística, que la converteix en una de les ciutats referents de la dansa de Catalunya.

CataLANDance i Especial Dansa són fruit de les converses mantingudes amb els agents articuladors del sector i l'anàlisi i l'observació d'altres esdeveniments de referència. Comptar amb una plataforma per a la internacionalització de la dansa ajudarà a posicionar Catalunya en el circuit internacional de les arts del moviment, i ha de servir per a generar sinergies amb altres ecosistemes a nivell de l'Estat espanyol, d'Europa i internacionalment.

En data 26 de juny de 2024 es va formalitzar el Conveni entre l'ICEC i l'Ajuntament de Terrassa, pel qual s'atorga una subvenció exclosa de concurrència pública per import de 250.000,00 € a favor de l'Ajuntament, per al desenvolupament d'un projecte consistent en la celebració de diferents activitats per fomentar la contractació d'espectacles de dansa de companyies catalanes en el territori de Catalunya i a nivell internacional durant l'any 2025, entre les quals s'inclou l'organització del mercat professional CataLANDance a la ciutat de Terrassa, i la contractació dels equips per poder treballar-ne la direcció artística i direcció executiva.

L'Ajuntament de Terrassa a través de l'activitat CataLANDance vol fomentar la contractació d'espectacles de dansa de companyies catalanes en el territori i internacionalment durant l'any 2025, així com d'altres amb la finalitat d'impulsar la capacitat professional del sector de la dansa a través d'aquestes.

La primera edició del CataLANDance tindrà lloc en diferents espais de Terrassa durant els dies 26, 27, 28 i 29 de novembre de 2025. Els espectacles programats es desenvoluparan a sales de teatre, equipaments, carrers i espais singulars de la ciutat. Es requerirà comunicació i senyalització diversificada.

III. OBJECTIUS DE LA CAMPANYA

De comunicació:

- Posicionar el CataLANDance en el mapa de mercats estratègics de dansa contemporània a nivell autonòmic, estatal i internacional.
- Consolidar el CataLANDance com a una cita assenyalada dins del calendari d'esdeveniments culturals de Catalunya i de la ciutat de Terrassa.
- Atreure públic al CataLANDance, tant als espectacles de pagament com als de lliure accés.
- Millorar la percepció social de la dansa i arribar a la globalitat de la ciutadania.
- Aconseguir una percepció positiva del sector artístic vinculat a la dansa.
- Incidir en el missatge de suport a la cultura de l'Ajuntament de Terrassa, a través del Servei de Promoció Cultural, i de l'ICEC
- Difondre la convocatòria oberta de presentació de propostes per a companyies de dansa que vulguin formar part de la programació del Catalandance.

De màrqueting:

- Donar a conèixer el programa de CataLANDance (espais, dates, instal·lacions, participants..) i que la cita és d'abast internacional.
- Transmissió clara dels continguts de la programació i de la qualitat de les activitats que se li associen.
- Generar tràfic al web de CataLANDance (abans, durant i després)
- Vendre entrades dels espectacles de sala.
- Donar a conèixer els hashtags corresponents i fomentar la participació a les xarxes socials tant de la ciutadania en general com dels públics especialitzats.
- Facilitar la segmentació de públics.

IV. PERÍODE DE LA CAMPANYA

La campanya de comunicació i màrqueting del CataLANDance començarà tan bon punt s'adjudiqui el contracte amb la convocatòria oberta per a les companyies i l'obertura de la web i el canal d'Instagram. Es preveu l'adjudicació per finals de març, principis d'abril.

La campanya de comunicació és un servei continuat que va de la mà amb el de la direcció artística i executiva del CataLANDance, atès que el desenvolupament i la projecció d'aquest mercat estratègic conté moments comunicatius diversos de manera continuada.

V. PÚBLIC DE LA CAMPANYA

- Públic consumidor de cultura.
- Ciutadania en general/nous públics que fins ara no s'han acostat al món de la dansa contemporània.
- Públic especialitzat: professionals del sector de la dansa, tant autonòmics, com estatals i internacionals.

VI. ABAST DE LA CAMPANYA

L'abast de la campanya ha de ser local, autonòmic i internacional. La presència de la comunicació serà molt important tot i que ha d'estar reforçada per canals de premsa, ràdio i sobretot digital.

VII. DESCRIPCIÓ DELS REQUERIMENTS I DE LES TASQUES A REALITZAR

Totes les tasques d'aquest servei hauran de ser treballades i consensuades amb la direcció artística i executiva del CataLANDance i l'Ajuntament de Terrassa.

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada del disseny i coordinació integral de la campanya de comunicació de CataLANDance 2025 així com de totes les tasques relatives al disseny off i online: maquetació, adaptació, retoc fotogràfic, realització de peces audiovisuals (falques, anuncis) sempre en consonància amb la imatge de CataLANDance; la creació, correcció, gestió, pujada i actualització de continguts de les xarxes socials i web; la producció, impressió, manipulació, muntatge, desmuntatge i lliurament dels elements de comunicació de la campanya de comunicació, tal com es detalla a l'Annex 1.

Aquest contracte implica el disseny de la campanya de comunicació del CataLANDance, així com l'adaptació de la proposta creativa màster a diferents formats comportant aquesta feina tasques de disseny, adaptació, maquetació, retoc d'imatges, producció i distribució. La realització i producció d'originals de qualsevol tipus d'elements comunicatius està inclosa en el servei contractat i anirà en tot cas a càrrec de l'adjudicatari.

L'adjudicatari adequarà els seus treballs als diferents aspectes que estableixen les normatives gràfiques de l'Ajuntament de Terrassa, l'ICEC i el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Barcelona, actuals i futures, en matèria de difusió (aplicació de logos, formats, etc.). La normativa gràfica de les tres institucions, així com els logotips estan disponibles a:

- <https://www.terrassa.cat/corporativa>
- https://icec.gencat.cat/ca/sobre_icec/Imatge-corporativa-ICEC/index.html
- <https://imatgecorporativa.diba.cat/ca/>

Els serveis de tot tipus, tant d'assessorament, com de creativitat, com la realització de les peces comunicatives de tot tipus i que hauran d'haver estat consensuats amb la direcció artística i executiva del CataLANDance, no seran vàlids per a la seva execució fins que obtinguin l'aprovació i el vistiplau del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa.

Els pressupostos que proposi l'empresa adjudicatària en relació als serveis que han d'obtenir el vistiplau de l'Ajuntament en qualsevol format hauran d'incloure l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no de l'impost es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA.

L'empresa adjudicatària disposarà de capacitat de dissenyar i produir de forma immediata la difusió d'algunes activitats (invitacions, díptics i altres en suport off i online) així com proposar alternatives a elements de comunicació que siguin necessaris però que siguin inviables per qüestions de temps. El contractista ha de ser capaç d'assumir un volum de feina considerable amb una gran celeritat en la seva execució i distribució.

L'adjudicatari estarà disposat en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis, ja es tracti d'estudis, agències d'esdeveniments, premsa, agències d'internet, centrals de mitjans, productores, estudis de so, etc.

L'empresa adjudicatària ha de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de tots els textos, que hauran de generar-se en tres idiomes: català, castellà i anglès. Els textos han de passar correcció humana.

En el cas de la senyalística exterior, el licitador haurà de visitar, sempre que sigui necessari i, en tot cas, a petició de l'Ajuntament de Terrassa, els espais de representació del festival per valorar d'acord amb el departament de comunicació de l'Ajuntament quins poden ser els elements de senyalització més adients.

Durant la setmana de realització del CataLANDance es requerirà dedicació en exclusiva per part de l'empresa adjudicatària.

L'adjudicatari facilitarà a l'Ajuntament de Terrassa posteriorment a l'activitat un resum econòmic detallat de totes les despeses realitzades agrupades per conceptes, així com un resum de les tasques i elements realitzats, a més d'una memòria del conjunt de la campanya de comunicació.

DETALL DE LES TASQUES INCLOSES EN EL CONTRACTE OBJECTE D'AQUEST PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES:

L'empresa adjudicatària complirà amb els terminis d'execució de tots els aspectes de la campanya atenent les dates claus fixades per la direcció del CataLANDance i l'Ajuntament de Terrassa.

Treballant sota la supervisió del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa i havent d'aplicar les indicacions rebudes per aquest, l'empresa adjudicatària s'ha de responsabilitzar de dur a terme els encàrrecs que es desglossen a continuació:

A. COORDINACIÓ INTEGRAL DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ

- Dissenyar i planificar la campanya integral de comunicació, que haurà d'obtenir el vistiplau de l'Ajuntament de Terrassa i de la direcció del CataLANDance:
 - o Definir els objectius de la campanya (notorietat, reputació, engagement, etc)
 - o Analitzar l'entorn (mercat, tendències, competència)
 - o Identificar el públic objectiu (segmentació per edats, ubicació i entre públic consumidor/professional del sector)
 - o Establir missatges clau (valors, to i estil de la comunicació)
 - o Seleccionar canals de comunicació (mitjans digitals, tradicionals, internacionals) – campanya de mitjans.
 - o Estratègia de premsa:
 - Disseny de l'estratègia de comunicació amb premsa i calendari d'accions.
 - Redacció i elaboració de tot el material de premsa necessari per les comunicacions: dossiers, convocatòries, notes de premsa i altres elements atenent a les directrius d'aplicació del disseny gràfic de la imatge corporativa general del CataLANDance i específica de cada edició anual.
 - Contacte amb les companyies i artistes per tal de poder resoldre dubtes, ampliar informació i/o gestionar els materials de premsa, les presentacions, les entrevistes, els passis de gràfics, etc.
 - Organització de dues rodes de premsa de presentació del CataLANDance en coordinació amb la seva direcció i l'Ajuntament de Terrassa:
 - Una al Palau Marc de Barcelona
 - Una a Terrassa

Les dates, format i altres aspectes de la producció es consensuaran amb la direcció del CataLANDance i l'Ajuntament de Terrassa.

- Enviament i seguiment de la convocatòria de la roda de premsa de presentació del CataLANDance.
- Comunicació periòdica i seguiment telefònic amb els mitjans autonòmics generalistes i especialitzats (en aquest cas, també nacionals) del sector de la dansa contemporània per assegurar la major cobertura possible del CataLANDance.
- Gestió de les acreditacions i invitacions per a premsa i mitjans.
- Atenció online a la premsa i presencial durant la setmana del CataLANDance i en qualsevol acte presencial relacionat amb la promoció del festival en qualsevol moment de l'any.
- Elaboració del recull de premsa en format digital.
- Gestionar, si es donen, crisis comunicatives.
- o Definició d'indicadors d'èxit.

B. DISSENY DE LES ADAPTACIONS DE LA IMATGE DEL CATALANDANCE

A partir de la imatge existent del CataLANDance creada per l'ICEC:

- Dissenyar els diferents elements de difusió online i offline que s'hagin acordat per la campanya amb l'Ajuntament i la direcció del CataLANDance:
 - o Online i audiovisuals: bàners, infografies, creativitats per xarxes socials, vídeos publicitaris, falques publicitàries, falques informatives, etc.
 - o Offline: programa, targetons, díptics, lones, opis, mupis, roll-ups, senyalètica diversa, anuncis per premsa escrita, cartells, banderoles, etc.
- Adaptar tots els elements per incloure els textos i les imatges adients a les particularitats de cada element.
- Coordinar, si escau, la producció audiovisual de fotografies, video o animacions necessàries pels elements de difusió online i offline.
- Els elements han de poder permetre difondre el CataLANDance en general i els espectacles del programa de manera particular.

C. PRODUCCIÓ, IMPRESSIÓ, MANIPULAT, MUNTATGE, DESMUNTATGE I LLIURAMENT DELS ELEMENTS DE DIFUSIÓ DE LA CAMPANYA.

- Coordinar la creació i redacció, correcció, gestió, pujada i actualització dels continguts (textos i imatges) dels elements offline i online de la campanya.
 - o Recollida i gestió de la informació de diferents fonts: companyies, professionals i equip del CataLANDance.
 - o Elaboració de la informació: la persona encarregada de la gestió dels continguts haurà d'elaborar les fitxes descriptives de cadascuna de les propostes artístiques i activitats de la programació del CataLANDance en tres idiomes. Aquestes fitxes serviran de contingut per al programa i la web. També serà feina de l'empresa adjudicatària l'elaboració dels textos introductoris i informatius dins del programa i la web.
 - o L'empresa adjudicatària es farà responsable dels drets d'autor dels textos que elabori així com de la gestió dels drets d'imatges i vídeos recollits entre els participants.
 - o Introduir els continguts en les diverses adaptacions dissenyades, atenent a les especificitats de cada element.
- Gestionar la impressió i producció dels elements de difusió físics amb proveïdors:
 - o Preparació d'arts finals.
 - o Elecció de tipus de paper, acabats i formats.

- o Verificació de la qualitat de la impressió.
 - o Coordinació del lliurament i la distribució.
- Planificar i supervisar la distribució i col·locació dels elements físics.
- Gestionar la producció de marxandatge (bosses, samarretes, etc)

D. CREACIÓ I GESTIÓ D'UN CANAL D'INSTAGRAM

- Crear un canal d'Instagram propi del CataLANDance.
- Preparar un calendari editorial (temes, formats –posts, reels, stories- i dies de publicació)
- Seleccionar hashtags rellevants per ampliar l'abast de les publicacions
- Creació i publicació de continguts:
 - o Dissenyar i penjar posts atractius per al feed (imatges, carrusels, infografies)
 - o Crear vídeos curts i dinàmics per a penjar a reels.
 - o Desenvolupar contingut per a stories amb interacció (enquestes, preguntes, quizzes, comptes enrere, etc) i penjar-lo.
 - o Escriure captions atractius i amb crides a l'acció.
 - o Mantenir un equilibri entre contingut promocional i de valor.
- Interacció i gestió de la comunitat:
 - o Respondre comentaris i missatges directes de forma àgil i personalitzada
 - o Fomentar la participació amb preguntes i debats als posts i stories.
 - o Compartir contingut d'usuaris.
 - o Crear relacions amb altres perfils del sector (col·laboracions, mencions, interaccions)
- Publicitat i col·laboracions:
 - o Dissenyar i llançar campanyes d'Instagram Ads (segons objectius: trànsit web, notorietat, venda d'entrades)
 - o Segmentar bé l'audiència de la publicitat (edat, interessos, públic vs. Professionals del sector, ubicació, etc)
- Seguiment i optimització:
 - o Interaccions i engagement rate
 - o Creixement de seguidors
 - o Percentatge de clics als enllaços
 - o Ajustar l'estratègia segons rendiment

Un cop finalitzi el contracte, l'empresa adjudicatària entregarà les claus d'accés al compte d'Instagram a l'Ajuntament de Terrassa i a l'ICEC.

E. CREACIÓ D'UNA WEB I GENERACIÓ, PUJADA I ACTUALITZACIÓ DELS SEUS CONTINGUTS

- Gestió i optimització de la web:
 - o Manteniment del hosting i del domini www.catalandance.cat.
 - o Desenvolupar i actualitzar la web segons els objectius de la campanya, utilitzant la imatge del CataLANDance.
 - o Dissenyar una experiència d'usuari (UX) intuïtiva i atractiva.
 - o Crear, optimitzar i actualitzar els continguts de la web (textos, imatges, vídeos)
 - o Assegurar el correcte funcionament tècnic (velocitat de càrrega, compatibilitat mòbil, seguretat)
 - o Implementar SEO per a l'optimització als motors de cerca.
 - o Configurar analítica web (Google analytics i Google Search console)

Un cop finalitzi el contracte de servei, l'empresa adjudicatària comunicarà els noms d'usuari i les contrasenyes tant de la web com de l'analítica web a l'Ajuntament de Terrassa i a l'ICEC.

VIII. CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ

L'empresa adjudicatària ha de garantir que:

- en les activitats derivades de l'execució del contracte no s'utilitzen llenguatge o imatges sexistes, o que atemptin contra la igualtat de les persones amb discapacitat de qualsevol tipus, els drets de la infantesa, o que no siguin respectuoses amb la cura pel medi ambient, la sostenibilitat i els drets dels animals.
- l'ús d'una comunicació que no incorri en qualsevol tipus de discriminació per raó d'orientació i/o identitat sexual, origen, edat, creences, o altres condicions o circumstàncies personals o socials.
- En les seves comunicacions derivades de l'execució del contracte, evitarà l'exaltació de la violència i fomentarà la diversitat cultural, fugint dels estereotips negatius perpetuadors de prejudicis.

IX. PERSONAL ADSCRIT A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària assignarà a l'execució del contracte el següent personal:

- una persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la campanya, durant totes les seves fases. És a dir, des del disseny de l'estratègia de la campanya fins al disseny i la producció del material i la seva difusió i/o instal·lació posterior. Aquesta persona també ha de ser capaç d'aportar solucions davant de necessitats concretes i les urgències i haurà de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en comunicació de festivals o esdeveniments culturals massius. S'ocuparà de la coordinació amb la direcció del festival, l'Ajuntament de Terrassa i la resta de proveïdors involucrats al servei que es licita.
- Una persona dissenyadora gràfica amb un mínim de 5 anys d'experiència en disseny gràfic i editorial, maquetació, adaptacions i retoc d'imatges, que reportarà a la persona coordinadora.
- Una persona encarregada de la redacció de textos i gestió de les xarxes socials amb un mínim de 5 anys d'experiència en tasques de redacció i community management.

L'experiència i la titulació d'aquest personal s'acreditarà mitjançant:

- En el cas de la persona amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la campanya:
 - o CV actualitzat.
 - o Disposició d'un grau universitari o llicenciatura en comunicació (periodisme, publicitat i/o comunicació audiovisual).
- En el cas de la persona encarregada del disseny gràfic:
 - o CV actualitzat.
 - o Disposició d'un grau universitari o llicenciatura en disseny gràfic, belles arts o en disseny i creació digitals
- En el cas de la persona encarregada de la redacció de textos i gestió de xarxes socials:
 - o CV actualitzat
 - o Disposició d'un grau universitari o llicenciatura en comunicació (periodisme, publicitat i/o comunicació audiovisual).

Es valorarà que la persona encarregada de la redacció de textos i gestió de xarxes socials disposi de certificats d'acreditació del certificat superior de català nivell C2 i del nivell C1 d'anglès.

L'adjudicatari/ària haurà de garantir la continuïtat de l'equip durant tot el termini d'execució dels treballs. Qualsevol canvi en les persones integrants de l'equip haurà de ser autoritzat prèviament per l'Ajuntament de Terrassa que es concedirà sempre i quan el/la nou/va integrant de l'equip compleixi els requisits mínims de formació i d'experiència professional previstos en aquest apartat.

L'Ajuntament de Terrassa es reserva el dret de demanar canviar una o diverses persones de l'equip assignat en cas que es consideri que no són aptes per assolir els objectius acordats amb l'empresa adjudicatària, a través de la persona responsable del contracte o la persona en qui delegui.

L'empresa adjudicatària serà responsable de tenir el personal al seu càrrec en condicions laborals legals vigents. En cap cas aquest personal tindrà vinculació jurídica o laboral amb l'Ajuntament de Terrassa.

L'empresa adjudicatària haurà de proveir el personal amb l'equipament necessari per al correcte desenvolupament de la seva activitat professional (ordinadors personals i mòbils per ús professional) i tot aquell material necessari per a poder prestar el servei amb seguretat i eficiència. L'empresa adjudicatària es compromet a facilitar un número d'atenció telefònica permanent durant els 365 dies de l'any per a notificar i gestionar incidències sobrevingudes. Així mateix, l'empresa adjudicatària haurà de proveir d'una adreça de correu electrònic, per canalitzar les comunicacions derivades d'aquest contracte.

En cap cas existirà relació laboral entre les persones treballadores de l'adjudicatari/ària i l'Ajuntament.

X. COORDINACIÓ, SEGUIMENT I CONTROL

S'establiran reunions periòdiques de seguiment del projecte amb els òrgans implicats de Generalitat de Catalunya (ICEC) i Ajuntament de Terrassa (Servei de Promoció Cultural i Audiovisual). Les reunions seran comunicades i l'assistència serà obligatòria. Es marcarà un ordre del dia i l'equip adjudicatari del contracte haurà d'aportar la informació necessària a cada punt.

Les funcions de coordinació, seguiment i control de contracte corresponen a l'Ajuntament de Terrassa a través dels Serveis de Promoció Cultural i Audiovisual, que comprovarà la correcta execució dels treballs i resoldrà els dubtes respecte a la interpretació de la forma i contingut del treball a realitzar.

L'adjudicatari/ària haurà de designar una persona responsable de la coordinació de les funcions encomanades amb la persona designada per l'Ajuntament. Aquesta persona haurà de facilitar la comunicació i coordinació entre els membres de l'equip i els responsables tècnics municipals. Així mateix, les funcions del coordinador seran, amb caràcter general, les derivades de la direcció, comprovació, informació i vigilància de la correcta realització dels treballs i, en especial, les que li assigni l'Ajuntament.

L'Ajuntament es reserva el dret a realitzar sobre l'execució del servei per part de l'adjudicatari/ària tots aquells controls i inspeccions que cregui oportuns amb el fi de garantir el compliment del present contracte.

XI. RELACIONS DEL PERSONAL AMB LES PERSONES DESTINATÀRIES DEL SERVEI

El personal adscrit a l'execució del contracte haurà de tenir un comportament exemplar, educat, atent i respectuós amb la resta de companys així com a la resta de la ciutadania, i amb cura especial dels destinataris del servei.

Ha de complir en tot moment amb les seves obligacions segons la normativa legal i a les instruccions de l'Ajuntament.

XII. OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI/ÀRIA

Són obligacions de l'adjudicatari/ària les següents:

1. Complir amb les tasques i responsabilitats que s'enumeren en aquest PPTP durant la vigència d'aquest contracte.
2. Aportar tot els mitjans suficients per a la prestació dels serveis amb una gestió pressupostària consensuada amb l'Ajuntament de Terrassa.
3. Per a fer front a les despeses derivades d'indemnitzacions de qualsevol dany i perjudici que es facin, tant a l'Ajuntament com a tercers, com a conseqüència de les operacions que requereixi l'execució del contracte, l'adjudicatari/ària haurà de contractar una pòlissa d'assegurança de responsabilitat civil.
4. Exercir de manera real, efectiva i continuada, sobre el personal integrant de l'equip de treball encarregat de l'execució del contracte, el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i pagament dels salaris, l'atorgament de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en casos de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de seguretat social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de les prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es derivin de la relació contractual entre empleat i ocupador.
5. Complir les disposicions vigents en matèria laboral, de Seguretat Social, de seguretat i salut en el treball, d'integració social de les persones amb discapacitat, d'igualtat efectiva de dones i homes, fiscal, de protecció de dades personals, i en matèria mediambiental.
6. El contractista serà responsable civilment i administrativament davant de l'Ajuntament per les faltes que cometi el seu personal. Està obligada al rescabament dels danys que causin a tercers amb motiu de la prestació defectuosa dels serveis o per negligència o per culpa, tant si són béns com persones, com instal·lacions particulars o municipals sense perjudici de les penalitats contractuals que els pugui ésser imposades.
7. Assumir qualsevol despesa derivada de possibles deficiències en l'execució del contracte que pugui repercutir en un increment del cost del servei licitat.
8. No comprometre cap despesa de producció d'elements de difusió sense prèvia autorització de l'Ajuntament.
9. Assistir periòdicament, o sempre que se'l convoqui, a les reunions tècniques i de coordinació.