



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL PATROCINI PUBLICITARI DE LA CINQUENA ETAPA DE LA VOLTA CICLISTA A CATALUNYA A LES TERRES DE L'EBRE

1.- Objecte

És objecte del present Plec de prescripcions tècniques fixar les condicions tècniques particulars que regiran la contractació del patrocini de l'esdeveniment esportiu de la cinquena etapa de La Volta a Catalunya per les Terres de l'Ebre per donar visibilitat i difondre la marca Terres de l'Ebre.

2.- Característiques tècniques de la contractació

La Volta Ciclista a Catalunya es realitzarà del 24 al 30 de març de 2025, essent la cinquena etapa el 28 de març amb sortida des de Paüls i arribada a Amposta, passant per les quatre comarques de l'Ebre.

En el marc del present acord de Patrocini, la VOLTA CICLISTA A CATALUNYA, ASSOCIACIÓ ESPORTIVA entitat organitzadora de la 104a edició de la Volta a Catalunya haurà de garantir les contraprestacions mínimes següents:

- Presència de la marca a l'esdeveniment
- Emissió en obert de la Volta Catalunya a Teledeporte i Esport3.
- Vídeos oficials + TV o imatges de la població sortida + arribada d'etapa. 1h i 30 minuts de difusió en directe.
- Presència de la marca en el truss exterior a la presentació oficial del 14 de març
- Presència de la marca al llibre de ruta oficial amb pàgina de publicitat.
- Presència de la marca a la pàgina web oficial www.voltacatalunya.cat redirigit al home del PTDT
- Presència de la marca a les tanques publicitàries Terres de l'Ebre al llarg del recorregut
- Presència de la marca a la zona de sortida (produïdes i transportades per Volta)
- Presència de la marca al pont de meta (Nom d'arribada digital Amposta, Terres de l'Ebre)
- Incorporar la menció @terresebre i el hashtag o etiqueta #terresebretur per al seu ús en les xarxes socials



- Fer difusió de la marca “Terres de l'Ebre” a través de les xarxes socials actuals de la Volta (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter....).
- Incorporar el logotip i/o nom de la marca Terres de l'Ebre en totes les accions de publicitat que es realitzin per la difusió de l'esdeveniment.
- Entrega d'una memòria detallada de l'impacte en premsa de la presència de marca en un termini de 3 mesos des de la finalització de l'acord.

Serà objecte de negociació la presència de la marca a la sortida, meta i al llarg del recorregut de la cursa (ubicació, mides, nombre, etc.)

El retorn econòmic mínim de la marca “Terres de l'Ebre” derivat d'aquestes accions de difusió cal que sigui igual o superior a 95.166,50 € (IVA inclòs). És una obligació essencial del contracte l'obtenció d'un retorn econòmic mínim del 70% d'aquest retorn.

Pel càlcul del retorn econòmic de la marca “Terres de l'Ebre” es tindran en compte totes les accions previstes vinculades amb la difusió de la marca en qualsevol mitjà de comunicació (televisió, ràdio, streaming) i en accions de comunicació (RRPP, rodes de premsa, notes de premsa, presentacions, edició de material, etc.).

Quedaran exclosos per la quantificació del retorn econòmic de la marca les despeses generades per l'organització (despeses de producció, etc.) i les incorregudes pels participants i pels assistents (allotjament, dietes, etc.).

Pel que fa a les **accions protocol·làries**, el Patronat de Turisme de la Diputació Tarragona serà convocat a participar als actes institucionals oficials en qualitat de patrocinador.

ADVERTIMENT: En cas de resultar adjudicatari d'algun patrocini i d'haver sol·licitat alguna subvenció pel mateix objecte a la Diputació de Tarragona i/o els seus Organismes Autònoms, aquest haurà d'optar entre desistir de la sol·licitud de la subvenció o renunciar a aquesta si ja li ha estat concedida; o bé renunciar a la formalització del contracte de patrocini amb les conseqüències previstes a l'article 153 LCSP.

3.- Anàlisi de rendibilitat i report del treball

Aquest patrocini és una publicitat de caràcter indirecta “Retorn publicitari” i que consisteix en què el patrocinat permet al patrocinador que faci pública la seva col·laboració econòmica (i en espècie) en l'activitat del patrocinat i també, si així s'estableix, en què el patrocinat realitzi comportaments actius amb la mateixa finalitat. El patrocinador a canvi gaudeix de la notorietat i del ressò de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i d'enaltir la seva imatge.

L'anàlisi de la rendibilitat es farà mitjançant el lliurament d'una memòria justificativa del projecte esportiu i d'aplicació del patrocini amb la valoració de la repercussió mediàtica de la marca Terres de l'Ebre:

a) Lliurament del “Clíping” de la presència en els diferents mitjans de comunicació de la marca Terres de l'Ebre i valoració de l'impacte econòmic en publicity generat.



b) Valoració de la inversió publicitària en mitjans (impresos, audiovisuals i en línia) i el valor econòmic equivalent de la presència de la marca Terres de l'Ebre vinculada al patrocini.

c) Valoració de l'impacte de la marca Terres de l'Ebre en els assistents.

d) Reportatge fotogràfic (preferiblement en alta resolució), amb el detall de la presència de marca Terres de l'Ebre com a patrocinador institucional en tots els suports inclosos al contracte de patrocini.

L'acceptació del patrocini implica, que el material gràfic, fotogràfic i audiovisual presentat a la memòria justificativa, el podrà emprar EL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA per a la seva difusió i ús en activitats promocionals, prèvia aprovació per part de la VOLTA CICLISTA A CATALUNYA, ASSOCIACIÓ ESPORTIVA

4.- Pressupost base de licitació: 65.000,00 + 13.650,00 (IVA) TOTAL: 78.650,00 €

5.- Termini d'execució del contracte

La durada del contracte serà des del dia de la seva formalització i fins el 6 d'abril de 2025.

6.- Facturació

La factura s'ha de lliurar electrònicament. Els codis DIR3 del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona són:

Oficina comptable: LA0000103

Òrgan gestor: LA0000103

Unitat tramitadora: GE0001140

El pagament del preu s'efectuarà una vegada finalitzat el contracte prèvia presentació de la factura que ha d'anar acompanyada necessàriament d'una memòria detallada de l'impacte i la promoció de la marca i del compliment que constitueixen l'objecte del contracte segons el detall del plec de prescripcions tècniques, en un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte.

La factura serà validada pel responsable del contracte.



ANNEX I

DIRECTRIUS SOBRE L'ÚS DE LA MARCA TURÍSTICA TERRES DE L'EBRE I MARCA INSTITUCIONAL EN LES ACCIONS DE PATROCINI DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA TERRES DE L'EBRE

Suports publicitaris

Prensa, televisió, revistes, cartelleria, photocalls, llocs web, bàners, marxandatge, etc.

En tots els casos s'hi incorporarà la marca turística Terres de l'Ebre de l'àmbit en què té lloc l'acció de patrocini, mitjançant aquesta combinació:



Quan sigui possible i segons l'acord assolit en cada cas amb l'organització de l'esdeveniment objecte de patrocini, la marca turística apareixerà de manera destacada a la gràfica de l'esdeveniment, fent constar el logotip i/o integrant el nom de la marca al nom de l'esdeveniment.

La marca turística serà en un lloc visible i en la seva versió cromàtica de color. Només es permetrà publicar-la en blanc i negre a les insercions publicitàries a diaris publicats en paper.

En tots els casos, en la relació de patrocinadors hi constarà el logotip de la marca de la destinació, seguit de la marca institucional de la Diputació de Tarragona i en aquest ordre:

1. Marca o marca turística
2. Marca institucional Diputació de Tarragona



Diputació Tarragona

Aplicacions específiques

Espot audiovisual

En les peces audiovisuals publicitàries s'ha d'incloure la marca de la destinació corresponent i la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

Ràdio

En les falques radiofòniques s'esmentarà tant la marca turística que correspongui, com el patrocini de la Diputació de Tarragona

Reportatges publicitaris / prescripcions / notes de premsa

S'esmentarà tant la marca turística corresponent com el patrocini de la Diputació de Tarragona.

Esdeveniments (recinte i recorregut) / mitjans de transport / presentacions / street màrqueting.

La marca turística estarà present en un lloc visible i destacat per vincular la destinació amb l'esdeveniment. També haurà de figurar la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

L'entitat sol·licitant del patrocini haurà de localitzar en el plànol d'ubicació de l'esdeveniment la localització i disposició de les marques turístiques i la marca institucional, així com tota la resta d'elements gràfics i visuals que formen part de les contraprestacions.

Comunicació online / continguts digitals /xarxes socials

L'àrea de Comunicació i Màrqueting del Patronat determinarà en cada cas i segons la tipologia dels suports les directrius concretes per a cada tipus d'acció (característiques, hashtags, mencions, etc.).

Sempre que hi hagi continguts digitals en plataformes tecnològiques que ho permetin (web, aplicacions, newsletters, blogs, etc) s'enllaçarà a la pàgina web de la destinació.

Lloc web / aplicació de l'esdeveniment

Sempre que l'esdeveniment compti amb un espai web/aplicació, aquestes han d'incloure la marca turística corresponent i la marca i/o informació que al·ludeixi a la institució que patrocina: Diputació de Tarragona.

Mitjans informatius



(Audiovisuals, ràdio, suports *on/offline*, xarxes socials, documentals, notícies, reportatges, etc.)

En tots els casos s'esmentarà la destinació turística a la qual es vincula l'esdeveniment: Terres de l'Ebre així com la institució: Diputació de Tarragona.

Pel que fa a les xarxes socials de l'esdeveniment, s'etiquetarà els perfils, tant de marca com institucional en totes les comunicacions de l'esdeveniment que es facin mitjançant aquests canals i es triarà els perfils corresponents de les taules que es mostren, segons la marca turística Terres de l'Ebre. En funció del nombre de publicacions i/o de les característiques de l'acció de patrocini, des del Departament de Comunicació i Màrqueting del Patronat pot establir alguna directriu diferent i/o alternativa.

Àmbit Terres de l'Ebre

Perfil	Url del perfil de marca + Url perfil institucional	<u>Perfil de marca</u> + <u>perfil institucional que cal citar</u>	<u>Hashtags que han de constar</u>
Instagram	https://www.instagram.com/terresebre https://www.instagram.com/dipta_cat	@terresebre @dipta_cat	#TerresdelEbre #TurismeDipta
X (twitter)	https://twitter.com/terresebretur https://twitter.com/Dipta_cat	@terresebretur @dipta_cat	#TerresdelEbre #TurismeDipta
Facebook	https://www.facebook.com/terresebretur https://www.facebook.com/dipta.cat	@terresebretur @dipta_cat	#TerresdelEbre #TurismeDipta
TikTok	https://www.tiktok.com/@terresdelebre https://www.tiktok.com/@dipta_cat	@terresdelebre @dipta_cat	#TerresdelEbre #TurismeDipta
Youtube	https://www.youtube.com/terresdelebretravel https://www.youtube.com/diputaciodeltarragona	@terresdelebretravel @diputaciodeltarragona	#TerresdelEbre #TurismeDipta

En relació amb els continguts digitals de llocs web, aplicacions web, aplicacions, blogs, butlletins informatius o similars, sempre que sigui viable, es tractarà d'enllaçar al lloc web de la destinació: www.terresdelebre.travel. També haurà d'esmentar-se el patrocini la Diputació de Tarragona.

Pel que fa a les xarxes socials externes a l'esdeveniment, es considerarà que existeix repercussió mediàtica per al Patronat de Turisme de la Diputació quan s'esmenti i/o aparegui la marca de la destinació turística a la qual es vincula l'esdeveniment Terres de l'Ebre.

Abans de la publicació del material gràfic/emissió del material audiovisual, el Departament de Comunicació i Màrqueting del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona supervisarà la ubicació de la marca/ logotip i els esborranys de disseny.



En referència als continguts en qualsevol mitjà/suport (incloses les xarxes socials), s'hauran de remetre al Departament de Comunicació i Màrqueting de la Diputació de Tarragona per obtenir-ne l'aprovació.

Per tot plegat, s'hauran de lliurar tots els materials a les adreces electròniques indicades com a mínim amb set (7) dies naturals d'antelació a la data estimada de la publicació per sol·licitar-ne la conformitat.

En el cas que el Patronat de Turisme de la Diputació comuniqui discrepàncies respecte de l'aplicació de les seves marques/logotips/mencions/continguts, l'entitat sol·licitant del patrocini es compromet a dur a terme les actuacions necessàries d'alteració o rectificació.

En el cas de no complir les directrius establertes per part del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, l'acció publicitària/promocional no es tindrà en compte a l'efecte de justificar la repercussió mediàtica de l'esdeveniment.