



Plec de prescripcions tècniques per a la contractació administrativa per procediment obert simplificat del servei de creativitat i producció d'una campanya de publicitat institucional per a la prevenció dels accidents de trànsit . Any 2025

Clàusula primera. OBJECTIU I MISSATGES

Creativitat i producció d'una campanya de publicitat institucional protagonitzada familiars de víctimes mortals i membres del cos de la divisió de trànsit i psicòlegs del SEM per testimoniar el moment en que reben la comunicació del familiar mort en accident de trànsit. L'objectiu final d'aquesta campanya és conscienciar des de l'impacte del testimoni d'una realitat poc coneguda i que és sense dubte molt dolorosa i impactant.

L'objectiu és, per una banda, sensibilitzar sobre la importància de la seguretat viària per evitar accidents que acaben en tragèdia, promovent una conducció segura, el respecte a les normes de trànsit i l'ús de mesures de seguretat.

Per altra banda, la campanya pretén conscienciar sobre les conseqüències reals dels accidents de trànsit, incloent-hi el trauma familiar i el dolor de perdre un ésser estimat.

Els destinataris de la campanya són tots els ciutadans i ciutadanes de Catalunya.

L'objecte d'aquesta contractació és la creativitat, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat per a la prevenció dels accidents de trànsit. S'adjunta brífig annex amb les característiques tècniques del servei. La campanya inclou els materials descrits al punt 5 del brífig annex que detalla el material que caldrà produir.

Clàusula segona. CARACTERÍSTIQUES I DESCRIPCIÓ DE LA PRESTACIÓ

L'empresa contractista haurà de presentar:

- Idea creativa i el seu desenvolupament.
- Claïm de la campanya.
- Copy de la campanya.
- Estratègia comunicativa.
- Estratègia de xarxes socials.

Per aquesta campanya requerim:

- 5 peces de vídeo: 3 peces per a TV i cinema de 30" i 3 versions de 20" i 2 peces per a xarxes socials de 90".
- 1 falca per ràdio d'una durada màxima de 30 segons i una versió curta de 20".
- 1 gràfica màster per a mitjans impresos i digitals.



Doc.original signat per:
Verònica Pardo Fernández
23/01/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/03/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



094M6U144K9JVMALWUW3TC5WYYG07MDD

Data creació còpia:
17/03/2025 10:03:11

Pàgina 1 de 12



servei català de

Trànsit

- Adaptacions segons pla de mitjans amb un mínim de 50 per adaptació.
- Adaptacions específiques per a xarxes socials segons pla de mitjans amb un mínim de 20 adaptacions.
- Producció d'una versió dels espots, falca i gràfica adaptada a l'aranès.

Els diferents elements que s'han d'aplicar a l'hora de dissenyar la campanya es detallen a continuació:

- Logotip Generalitat de Catalunya. Es reproduirà el logotip de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb la normativa del Programa d'identificació visual (PIV) <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>
- Logotip del Servei Català de Trànsit <http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dinterior/identificacions-propies/servei-catala-de-transit/>

Totes les peces de la campanya han de complir els requisits d'accessibilitat: <https://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/fer-videos-audios-accessibles/>

Així mateix, les peces per TV han d'estar interpretades en llenguatge de signes.

L'empresa contractista haurà de fer un primer lliurament del material necessari per al llançament de la campanya als mitjans de comunicació abans del període previst per a l'inici d'emissió de la campanya, el termini màxim de lliurament serà de 60 dies naturals des de la formalització del contracte.

Aquest primer lliurament de material inclou com a mínim els espots, les falques, els màster i les adaptacions necessàries per a l'inici de la difusió de la campanya a la premsa escrita i els mitjans digitals.

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans el lliurament es realitzarà a través dels següents canals:

El lliurament dels espots es farà mitjançant la pujada a la plataforma de distribució digital d'arxius publicitaris "Adstream" (el cost de la pujada i la baixada de la plataforma "Adstream" no anirà càrrec de l'empresa contractista sinó que anirà a càrrec de l'agència de mitjans adjudicatària de la inserció de la campanya).

El lliurament de les falques i dels fitxers que continguin les adaptacions dels anuncis (premsa escrita i mitjans digitals) es farà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, o enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius, a l'empresa que gestioni les insercions als mitjans.



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
23/01/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/03/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



094M6U144K9JVMALWUW3TC5WYYG07MDD

Data creació còpia:
17/03/2025 10:03:11

Pàgina 2 de 12



En el cas dels baners per als mitjans digitals es pot requerir la pujada dels materials a servidors de publicitat on-line.

Una vegada iniciada la difusió de la campanya, el Servei Català de Trànsit pot requerir noves adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins esgotar el nombre total d'adaptacions que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada. La comanda d'aquestes adaptacions es realitzarà per escrit, mitjançant l'enviament d'un correu electrònic, i el termini màxim de lliurament de material serà d'1 dia hàbil (24 hores) des de la seva de la petició.

Clàusula tercera. TERMINI D'EXECUCIÓ

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de signatura del contracte i fins a l'entrega de tot els demanats, en un termini màxim de 60 dies i en tot cas abans del 31 de desembre del 2025.

Clàusula quarta. VALOR ECONÒMIC DEL CONTRACTE

El valor econòmic d'aquesta actuació és el següent:
El VEC (valor estimat del contracte) amb l'IVA exclòs és 80.000,00€
El pressupost base de licitació amb l'IVA exclòs és de 80.000,00 €
L'Import de l'IVA és de 16.800,00 €
El preu base de licitació amb l'IVA és de 96.800,00€

Clàusula cinquena. FORMA DE PAGAMENT

El pagament d'aquesta contractació es farà en terminis segons el pla de facturació que s'indica a continuació: mitjançant diversos pagaments en funció dels lliuraments de material.

- Un primer pagament en el moment del lliurament del material necessari per al llançament de la campanya als mitjans de comunicació. Aquest material inclou com a mínim els vídeos en format geodèsic, els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i internet i les adaptacions que siguin necessàries. També inclou el projecte de disseny de l'exposició i la seva adaptació a format pàgina web.

- Els pagaments restants en el moment del lliurament de la resta de peces i adaptacions.

Les factures hauran d'incloure l'IVA i reunir tots i cada un dels requisits legals i reglamentaris d'aplicació. A més, les factures hauran d'especificar el número d'expedient, el nom de la campanya i el material facturat.

El responsable del contracte, encarregat, entre d'altres, de la supervisió de l'execució, l'adopció de les decisions i de dictar les instruccions necessàries per a assegurar la correcta





realització de les prestacions pactades, així com la conformació de les factures corresponents al contracte, serà la Responsable de l'Oficina de premsa del Servei Català de Trànsit.

Clàusula sisena. PROPIETAT DELS TREBALLS I ALTRES CONDICIONS

El o la contractista cedirà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que l'Administració de la Generalitat de Catalunya, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui enregistrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que composi la campanya, el contractista haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre (veu, nom o d'altres) per un període de dos anys, per tal que l'Administració de la Generalitat, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les per l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat. Després d'aquest període la campanya podrà quedar exposada a la web corporativa de l'SCT com a repositori. A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

D'altra banda, i per al cas que es vulgui seguir utilitzant la campanya, el contractista es compromet a facilitar les dades professionals dels models emprats en la campanya prèvia autorització dels interessats, per poder acordar amb l'agència i/o persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si l'Administració de la Generalitat de Catalunya detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques.

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'Administració de la Generalitat de Catalunya pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.





Així mateix, la propietat dels materials se cedirà per l'empresa contractista a l'Administració de la Generalitat de Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense l'autorització d'aquesta Administració.

La signatura del corresponent contracte suposarà la formalització de les cessions previstes en aquesta clàusula.

Clàusula setena. PROGRAMA D'IDENTIFICACIÓ VISUAL (PIV)

Es reproduirà el logotip del Servei Català de Trànsit i de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb la normativa del Programa d'identificació visual (PIV), (www.gencat.cat/piv)

Clàusula vuitena. Obligacions específiques del contractista

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats.

L'empresa adjudicatària designarà un interlocutor únic responsable de la coordinació amb l'oficina de premsa del Servei Català de Trànsit.

Clàusula novena. ADSCRIPCIÓ O DEDICACIÓ DE MITJANS PERSONALS I MATERIALS A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

S'han d'adscriure o dedicar a l'execució del contracte els mitjans personals exigits a continuació, amb el caràcter d'obligació contractual essencial als efectes de l'article 211 de la LCSP:

- Director/a creatiu/va, que ha de tenir una experiència laboral (mínim 3 anys) en una empresa del sector realitzant tasques similars i les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució

Verònica Pardo Fernández

Responsable de l'Oficina de premsa

Servei Català de Trànsit

Annex 1



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
23/01/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/03/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



094M6U144K9JVMALWUW3TC5WYYG07MDD

Data creació còpia:
17/03/2025 10:03:11



Brífling per a la creativitat, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat per a la prevenció dels accidents de trànsit amb la comunicació de les males notícies

- Antecedents
- Públic objectiu
- Objectiu i missatges
- Encàrrec a l'empresa contractista
- Mitjans de campanya
- Especificacions
- Requisits
- Equip destinat
- Propietat dels treballs i altres condicions d'execució
- Obligacions específiques del contractista
- Calendari
- Pressupost

1. Antecedents

El Servei Català de Trànsit (SCT) està compromès en la reducció de les víctimes per sinistres viaris.

Els accidents de trànsit són una de les principals causes de mort sobtada, afectant a moltes famílies cada any. Quan es produeix un succés tràgic, la comunicació de la notícia és un dels moments més traumàtics per a la família i els amics del difunt.

El Servei Català de Trànsit vol fer una acció divulgativa protagonitzada familiars de víctimes mortals i membres del cos de la divisió de trànsit i psicòlegs del SEM per testimoniar el moment en que reben la comunicació del familiar mort en accident de trànsit. L'objectiu final d'aquesta campanya és conscienciar des de l'impacte del testimoni d una realitat poc coneguda i que és sense dubte molt dolorosa i xocant.

2. Públic objectiu

Els destinataris de la campanya són **tots els ciutadans i ciutadanes de Catalunya** tant els que condueixen com els que no.

3. Objectiu i missatges de la campanya:





- **Sensibilitzar sobre la importància de la seguretat viària** per evitar accidents que acaben en tragèdia, promovent una conducció segura, el respecte a les normes de trànsit i l'ús de mesures de seguretat.
- **Crear conscienciació sobre les conseqüències reals dels accidents de trànsit**, incloent-hi el trauma familiar i el dolor de perdre un ésser estimat.
- **Conscienciar sobre el trauma emocional** que suposa per a les famílies rebre notícies tràgiques com la mort d'un ésser estimat en un accident de trànsit.
- **Fomentar l'empatia i el respecte** per part de la societat envers aquesta circumstància.

4. Encàrrec a empresa contractista

- Idea creativa i el seu desenvolupament.
- Claïm de la campanya.
- Copy de la campanya.
- Estratègia comunicativa.
- Estratègia de xarxes socials.

5. Mitjans de la campanya

Per aquesta campanya requerim:

- 5 peces de vídeo: 3 peces per a TV i cinema de 30" i una versió curta de 20" i 2 peces per a xarxes socials de 90".
- 1 falca de ràdio de màxim 30" i una versió curta de 20" màxim.
- 1 gràfica màster per a mitjans impresos i digitals.
- Adaptacions segons pla de mitjans amb un mínim de 50 per adaptació.
- Adaptacions específiques per a xarxes socials segons pla de mitjans amb un mínim de 20 adaptacions.
- Producció d'una versió dels espots, falca i gràfica adaptada a l'aranès.

Els diferents elements que s'han d'aplicar a l'hora de dissenyar la campanya es detallen a continuació:

- Logotip Generalitat de Catalunya. Es reproduirà el logotip de la Generalitat de Catalunya, d'acord amb la normativa del Programa d'identificació visual (PIV)





<http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/identificacio-basica/cat/>

- Logotip del Servei Català de Trànsit
<http://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-dinterior/identificacions-propies/servei-catala-de-transit/>

Totes les peces de la campanya han de complir els requisits d'accessibilitat:
<https://atenciociutadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/fer-videos-audios-accessibles/>

Així mateix, les peces per TV han d'estar interpretades en llenguatge de signes.

6.Especificacions de la campanya

Personatges principals: Aquesta és una campanya testimonial. En aquesta campanya els protagonistes seran persones reals que han patit la pèrdua d'un familiar en un accident de trànsit així com els professionals (mossos i psicòlegs del SEM) que són els encarregats de comunicar la mala notícia.

En total ens calen mínim 3 famílies que han perdut 1 familiar en un accident de trànsit, 2 mossos i 2 psicòlegs. Tant les famílies com els professionals que són responsables de la comunicació de les morts seran triades i facilitades per l'oficina de premsa del Servei Català de Trànsit.

Si és possible es vol incloure una varietat de perfils en els testimonis (parelles, pares, fills, amics) per reflectir com una tragèdia d'aquesta magnitud afecta diferents membres de la família o la comunitat.

L'entrevista ha d'aconseguir que cada testimoni expliqui com va rebre la notícia, les primeres reaccions, com va gestionar el dolor, com ha canviat la seva vida des de l'accident, etc.

Guió: Desenvolupament d'un guió amb entrevistes a les famílies on expliquen com van viure el moment, diàlegs que mostrin la comunicació entre el professional (policia i psicòleg etc.) i la família afectada. Entrevistes als professionals que intervenen en aquest tipus d'actuació.

Escena clau: L'escena principal ha de capturar el moment en què la notícia és comunicada, seguint uns protocols ètics i professionals, però des d'una perspectiva emocionalment comprensiva.

Localització: Escollir la localització on es farà el rodatge preferiblement al lloc on es va comunicar la mala notícia (la casa de la família, sala d'espera d'un hospital, etc.).

Exemples visuals: Els familiars poden ser filmats en entorns íntims i personals, com les seves cases, o llocs on van rebre la notícia. Es recomana utilitzar plans simples i íntims per centrar-se en les expressions i les emocions dels testimonis. Si la família ho permet, es





poden incloure fotos o vídeos de la persona que va morir, per donar més profunditat emocional al testimoni i humanitzar la tragèdia.

Entrevistador/a: Cal que hi hagi un entrevistador/a amb experiència demostrada amb aquest estil de formats.

7. Requisits a tenir en compte

Equilibri emocional: Encara que els testimonis poden ser emocionals i intensos, és important que el to de la campanya no caigui en el sensacionalisme ni en el melodrama. L'objectiu és tocar l'audiència de manera autèntica i respectuosa.

Empatia i sensibilitat: La campanya ha de tenir una comunicació altament empàtica, evitant el sensacionalisme i abordant la situació amb delicadesa. Cal fer ús d'un llenguatge humà i respectuós, que reflecteixi el dolor de la pèrdua però sense ser excessivament dramàtic ni invasor.

Llenguatge inclusiu: És important que s'utilitzi un llenguatge que reflecteixi la diversitat de famílies i contextos, evitant estereotips o generalitzacions.

Claredat en el missatge: Tot i la sensibilitat del tema, el missatge ha de ser clar, concís i directe. S'ha d'evitar qualsevol confusió o ambigüitat que pugui incrementar el malestar dels receptors.

Imatges respectuoses: Les imatges utilitzades han de ser curoses. És millor centrar-se en les conseqüències emocionals, mostrant la reacció de les famílies d'una manera íntima però no invasiva.

Estètica calmada: L'ús de colors suaus i un estil visual senzill i elegant poden ajudar a transmetre respecte i contenció emocional.

Missatge esperançador o de prevenció: És recomanable que la campanya acabi amb un missatge constructiu. Pot ser un missatge d'esperança, de prevenció d'accidents de trànsit o de sensibilització cap a la seguretat viària.

Evitar el morbo: No s'ha d'explotar el sofriment de les víctimes o familiars. Les representacions han de ser dignes, i el to de la campanya ha d'evitar caure en el drama gratuït.

El set de rodatge serà a la casa dels familiars intentant buscar el moment proper a la comunicació de la notícia.

8. Equip destinat





L'empresa contractista haurà de fer les següents funcions:

- Producció.
- Direcció i realització.
- Documentació i investigació si s'escau.
- Localitzacions i muntatge set d'entrevistes.
- Guió i redacció de les entrevistes.
- Disseny.
- Locutor i veu en off si escau.
- Equip tècnic: càmera, il·luminació, so, elèctrics.
- Postproducció: edició, color i grafismes.
- Totes les tasques de pre-producció com ara localitzacions i entrevistes prèvies que es farà amb l'assessorament i suport del Gabinet de Comunicació del Servei Català de Trànsit.

9. Propietat dels treballs i altres condicions d'execució

El o la contractista cedirà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que l'Administració de la Generalitat de Catalunya, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui enregistrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a l'Administració de la Generalitat també en exclusiva, sense límit de temps i per l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci, el contractista haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre (veu, nom o d'altres) per un període de dos anys, per tal que l'Administració de la Generalitat, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les per l'àmbit





territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat. Després d'aquest període la campanya podrà quedar exposada a la web corporativa de l'SCT com a repositori. A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si l'Administració de la Generalitat de Catalunya detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques.

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'Administració de la Generalitat de Catalunya pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

Així mateix, la propietat dels materials se cedirà per l'empresa contractista a l'Administració de la Generalitat de Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense l'autorització d'aquesta Administració. La signatura del corresponent contracte suposarà la formalització de les cessions previstes en aquesta clàusula.

10.Obligacions específiques del contractista

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats.

L'empresa adjudicatària designarà un interlocutor únic responsable de la coordinació amb l'oficina de premsa del Servei Català de Trànsit.

11.Calendari

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de signatura del contracte i fins a l'entrega del material, com a màxim 60 dies després i en tot cas abans del 31 de desembre del 2025.

12.Pressupost

La dotació pressupostària per a fer aquesta acció comunicativa és de 80.000 euros, imposts a part.

El pagament es farà en terminis segons el pla de facturació que s'indica a continuació: mitjançant diversos pagaments en funció dels lliuraments de material.





servei català de

Trànsit

Un primer pagament en el moment del lliurament del material necessari per al llançament de la campanya als mitjans de comunicació. Aquest material inclou com a mínim els vídeos en format geodèsic, els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i internet i les adaptacions que siguin necessàries. També inclou el projecte de disseny de l'exposició i la seva adaptació a format pàgina web.

Els pagaments restants en el moment del lliurament de la resta de peces i adaptacions.

La factura haurà d'incloure l'IVA i reunir tots i cada un dels requisits legals i reglamentaris d'aplicació. A més, la factura hauran d'especificar el número d'expedient, el nom de la campanya i el material facturat.

Verònica Pardo Fernández
Responsable de l'Oficina de premsa



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
23/01/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 17/03/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



094M6U144K9JVMALWUW3TC5WYYG07MDD

Data creació còpia:
17/03/2025 10:03:11

Pàgina 12 de 12