

Expedient: X2025003716

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques PARTICULARS PER A LA
CONTRACTACIÓ DEL SERVEI PER A ELABORAR I EXECUTAR UN PLA DE
MÀRQUETING TURÍSTIC DE BANYOLES DINS EL PLA DE SOSTENIBILITAT
TURÍSTICA EN DESTINACIÓ DE BANYOLES – CIUTAT DE L'AIGUA, EN EL
MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA
FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA – NEXT GENERATION EU**



Finançat per
la Unió Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO



Pla de Recuperació,
Transformació i Resiliència



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. FITES I OBJECTIUS	4
3. OBJECTE CONTRACTE.....	5
4. ACTIVITATS I FUNCIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA.....	7
5. EQUIP TÈCNIC I REQUERIMENTS TÈCNICS GENERALS OBLIGATORIS DE LA PRESTACIÓ.....	13
6. INICI DE LES PRESTACIONS I DURADA DEL CONTRACTE.....	14
7. PLA DE TREBALL	15
8. FORMA DE PAGAMENT	15
9. FORMES DE SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DE LES CONDICIONS ..	15
10. ESPECIFICITATS DEL PRTR.....	16
11. PROTECCIÓ DE DADES PERSONALS, SEGURETAT DE LA INFORMACIÓ I INTEROPERABILITAT.....	19
12. PROPIETAT INTEL·LECTUAL I INDUSTRIAL.....	19

1. INTRODUCCIÓ

El contingut d'aquestes prescripcions tècniques descriuen l'assistència tècnica per a la realització de **l'actuació 13. Pla de màrqueting turístic**. La contractació d'aquest servei es tramitarà mitjançant procediment obert simplificat.

Aquesta contractació s'emmarca dins del **Pla de Sostenibilitat Turística de Banyoles, Ciutat de l'Aigua**. Aquest Pla, presentat a la **convocatòria extraordinària de 2022** dels Plans de Sostenibilitat Turística de Destinacions (PSTD), va ser aprovat en l'Acord de la Conferència Sectorial de Turisme del 14 de desembre de 2022, conforme a la Resolució de la Secretaria d'Estat de Turisme de 19 de desembre de 2022, publicada al BOE 310, de 27 de desembre de 2022. El Pla forma part del Pla Territorial de Sostenibilitat Turística en Destinacions de Catalunya, aprovat en el marc de l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions del Component 14, Inversió 1, Submesura 2, del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR) finançat per la Unió europea – Next Generation EU.

El Pla de Sostenibilitat Turística de Banyoles, Ciutat de l'Aigua, dona compliment als criteris i objectius de l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions (ESTD), aprovada a la Conferència Sectorial de Turisme de 28 de juliol de 2021, i les condicions del Programa de Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions (PSTD), del PRTR. Els PSTD tenen per objectiu principal transformar i modernitzar el sector turístic a través de la sostenibilitat i la digitalització i les seves actuacions elegibles s'estructuren en 4 eixos prioritaris: transició verda i sostenible, millora de l'eficiència energètica, transició digital i competitivitat.

Aquesta contractació forma part de **l'actuació 13 – Pla de màrqueting turístic**, inclosa a l'eix 3 de transició digital, orientada a elaborar una estratègia clara per a posicionar Banyoles, i promoure i comercialitzar els seus recursos i productes turístics.

Instrument Europeu de Recuperació	Next Generation EU
Programa Next Generation EU	Mecanisme de Recuperació i Resiliència (MRR)
Pla del Govern Espanyol	Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR)
Política Palanca	V. Modernització i digitalització del teixit industrial i PIME, recuperació del turisme i impuls a una Espanya nació emprendora
Component	14. Pla de Modernització i competitivitat del sector turístic
Mesura	Inversió 1. Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat
Submesura	2. Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions (PSTD)

Convocatòria Programa PSTD	Extraordinària 2022
Ens Local	Ajuntament de Banyoles
Eix del Pla de Sostenibilitat	3. Transició Digital
Actuació del Pla	13. Pla de màrqueting turístic

Amb la presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec.

2. FITES I OBJECTIUS

El Pla de Sostenibilitat Turística de Banyoles, Ciutat de l'Aigua dona compliment a l'objectiu núm. 218 del CID, quart trimestre de 2022: publicació en el BOE de l'adjudicació a les entitats locals d'ajut per l'aplicació dels Plans de sostenibilitat Turística en Destinació. (Resolució publicada al BOE 310, de 27 de desembre de 2022).

Aquesta resolució comporta l'obligat compliment de:

- Objectiu núm. 220 del CID, quart trimestre 2024: les comissions de seguiment s'asseguraran de que totes les destinacions beneficiàries adjudicades en 2022 executin com a mínim del 30% del Pla de Sostenibilitat Turística.
- Objectiu núm. 221 del CID, segon trimestre 2026: finalització de tots els projectes inclosos en els Plans Territorials de sostenibilitat Turística en Destinació.

Aquestes fites i objectius són finalitats a assolir en moments determinats de temps i permeten verificar els resultats d'assoliment. Per poder mesurar el seu progrés i la determinació del compliment corresponent, l'ajuntament de Banyoles fa el seguiment dels requeriments bàsics segons el qüestionari de comprovació fixat als Annex II.B.3 i l'Annex III.A de l'Ordre HFP/1030/2021. Per aquest motiu, l'empresa contractista té l'obligació de facilitar la informació que li sigui requerida per acreditar el compliment de les fites i objectius del Pla.

Les fites i objectius formen part dels principis transversals d'obligat compliment a les actuacions incloses al PRTR. En aquest cas, la contractació de l'execució del Servei d'Assistència Tècnica pel desplegament de les actuacions del Pla de sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD) Banyoles – Ciutat de l'Aigua, està subjecte al compliment de:

Principis transversals d'aplicació als contractes de serveis	
Compliment de Fites i Objectius	X Sí ☐ No
Etiquetatge Verd	☐ Sí X No, No aplica
Etiquetatge Digital	☐ Sí X No, No aplica
Compliment dels principi de no causar dany significatiu en el sentit de l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 (principi DNSH)	X Sí ☐ No
Mesures de control del risc de frau, corrupció, conflicte d'interessos. DACI	X Sí ☐ No
Mesures de control relacionades amb el règim d'ajuts d'estat i prevenció del doble finançament	X Sí ☐ No
Identificació de contractistes i subcontractistes	X Sí ☐ No
Compliment dels requisits de comunicació	X Sí ☐ No

3. OBJECTE CONTRACTE

Aquest plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars per a la contractació del **servei per a l'elaboració i execució del Pla de Màrqueting turístic** per a la ciutat de Banyoles.

Concretament, aquest servei consisteix en redactar i executar un Pla de Màrqueting turístic per a comunicar i promocionar Banyoles, incrementar la seva visibilitat i posicionament, atraient visitants i millorant l'experiència del turista.

És per això que el Pla de Màrqueting turístic haurà de definir l'estratègia comercial i promocional dels productes turístics estratègics i la ciutat de Banyoles, com a destí turístic.

D'aquesta manera, haurà d'orientar-se cap a objectius dissenyats per aprofitar al màxim les oportunitats que ofereix el màrqueting turístic, i alineats amb la visió i missió de la ciutat de Banyoles per a:

- Incrementar la visibilitat com a destí turístic.
- Prioritzar els productes i mercats turístics estratègics d'àmbit online i offline.
- Posicionar i comercialitzar els productes turístics estratègics.
- Generar contingut de valor i d'alta qualitat.
- Captar i fidelitzar els públics objectiu claus.
- Millorar la competitivitat del destí i la seva cadena de valor turística.
- Promoure la col·laboració público-privada a Banyoles, integrant les entitats municipals, comarcals o provincials amb competència en promoció turística del territori, i el sector turístic i d'esdeveniments esportius.
- Maximitzar l'impacte de la promoció i difusió del PSTD i les altres actuacions contemplades.

- Alinear l'estratègia de comunicació i màrqueting de Banyoles.

Aquest contracte està inclòs dins el projecte "Banyoles, Ciutat de l'Aigua!", promogut per l'Ajuntament de Banyoles i cofinançat a través dels Fons Next Generation EU, en concret dins el programa de Plans de sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD), convocatòria extraordinària 2022, promoguda pel Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme.

Aquesta és l'**actuació número 13. Pla de màrqueting turístic i s'engloba dins l'eix 3 – transició digital**, amb el que no s'associa cap etiqueta.

Això inclou el compliment de la normativa i requeriments associats a:

- Resolució de 19 de desembre de 2022, de la Secretaria d'Estat de Turisme, per la que es publica l'Acord de la Conferència Sectorial de Turisme de 14 de desembre de 2022, per la que es fixen els criteris de distribució i el Repartiment resultant per a las comunitats autònomes, del Crèdit destinat al finançament d'actuacions d'inversió per part d'entitats locals, en el marc del Component 14 Inversió 1 del Plan de Recuperació, Transformació y Resiliència (BOE núm. 310, de 27 de desembre de 2022).
- Resolució de 22 de juny de 2023, del Departament d'empresa i treball, de concessió d'una subvenció a l'ajuntament de Banyoles, per tal de finançar el Pla de Sostenibilitat Turística anomenat Pla de Sostenibilitat Turística, Banyoles Ciutat de l'aigua, en execució de l'acord de la Conferència Sectorial de Turisme de 14 de desembre de 2022 en el marc de l'Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions dins del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.
- Guia tècnica sobre la aplicació del principio de «no causar un perjudici significatiu» al medi ambient previst en el Reglament (UE) 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell de 12 de febrer de 2021, pel qual s'estableix el Mecanisme de Recuperació i Resiliència i la resta de normativa europea d'aplicació. Així mateix, garantiran el compliment de les obligacions d'etiquetatge ambiental i digital, d'acord amb el que preveu l'esmentat Reglament.
- Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre, per la qual es configura el sistema de gestió del Pla de recuperació, Transformació i Resiliència.
- Ordre HFP/1031/2021, de 29 de setembre, per la qual s'estableix el procediment i format de la informació a proporcionar per les Entitats del Sector Públic Estatal, Autonòmic i Local per al seguiment del compliment de fites i objectius i d'execució pressupostària i comptable de les mesures dels components del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.
- Reial Decret-Llei 36/2020, de 30 de desembre, pel qual s'aproven mesures urgents per a la modernització de l'Administració Pública i per a l'execució del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.
- Instrucció de 23 de desembre de 2021 de la Junta Consultiva de Contractació Pública de l'Estat sobre aspectes a incorporar en els expedients i en els plecs

rectors de contractes que s'hagin de finançar amb fons procedents del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.

- Guia per incorporar la perspectiva de gènere en les actuacions finançables en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.
- Ordre HFP/55/2023, de 24 de gener, relativa a l'anàlisi sistemàtica del risc de conflicte d'interès en els procediments que executen el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència.
- Reglament 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell de 12 de Febrer pel qual regula el Mecanisme de Recuperació i Resiliència.
- Llei 31/2022, de 23 de desembre, de Pressupostos Generals de l'Estat.

4. ACTIVITATS I FUNCIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA

Les activitats a desenvolupar per l'empresa adjudicatària són les següents:

a. Planificació de les tasques i coordinació amb l'ajuntament

En aquesta fase es farà el primer contacte entre els representants de l'ajuntament i de l'empresa adjudicatària, s'assignaran els responsables i/o interlocutors, i es faran les tasques de coordinació necessàries per a assegurar un bon funcionament del servei. L'objectiu d'aquesta fase és també acordar un pla de treball que permeti desenvolupar les tasques de forma satisfactòria i dins els terminis previstos.

En aquest apartat, l'empresa adjudicatària haurà de preparar el següent **lliurable**:

Pla de treball, que tindrà, com a mínim, el següent contingut:

- **Descripció de les tasques a realitzar durant l'execució del contracte:** el pla de treball ha de llistar i descriure totes les fases i tasques que es duren a terme.
- **Cronograma de treballs definitiu.** Aquest ha de ser realista i incloure totes les tasques a realitzar, i els terminis en els quals es desenvoluparan.

Ahora, l'Ajuntament de Banyoles haurà de proporcionar la documentació necessària per la realització del Pla de Màrqueting de Turisme De Banyoles com, per exemple, informes de gestió i resultats de mètriques de xarxes socials, informes d'actuacions per campanyes publicitàries anteriors, públics actuals i públics objectiu, productes turístics i actors locals a promocionar, etc.

b. Definició dels objectius del Pla de Màrqueting turístic

Es plantejaran els objectius generals i específics del Pla de Màrqueting turístic, amb indicadors per a poder realitzar un monitoreig i seguiment d'aquests. Es valoraran positivament les empreses que utilitzin indicadors de sostenibilitat.

Els objectius plantejats hauran de ser **SMART**, permetent guiar totes les accions i estratègies a desenvolupar. En aquest sentit, hauran de ser:

- Específics
- Mesurables – que continguin dades i objectius numèrics
- Assolibles
- Rellevants – han de ser importants i coherents
- Calendaritzats – la seva durada ha d'estar planificada i estructurada

c. Establiment de les línies estratègiques

Es desenvoluparà la visió i els valors de Banyoles a tenir en compte en l'estratègia de màrqueting. L'empresa adjudicatària plantejarà els reptes estratègics i els factors d'èxit que serà necessari afrontar per a establir el Pla de Màrqueting turístic que millor s'adapti a les necessitats de Banyoles.

El Pla anirà enfocat sobre les següents estratègies, que s'hauran de desenvolupar i plantejar:

- **Estratègia publicitària (offline i online).** Defineix com es comunicarà i promocionarà l'oferta turística a través de diferents mitjans, campanyes i accions que es duran a terme per incrementar-ne la visibilitat i atractiu:
 - Canals online: webs, Search Engine Marketing (SEM), plataformes de reserves (OTAs), col·laboracions amb creadors de continguts, periodistes i agents comercialitzadors (Blogtrip, Presstrip, Famtrip), xarxes socials i native ads, programàtica, podcasts, etc.
 - Canals offline: oficines de turisme, fires i esdeveniments, accions de màrqueting directe i publicitat tradicional (premsa escrita, ràdio, televisió, tanques publicitàries, etc.).

Aquesta estratègia de canals haurà d'estar enfocada en la col·laboració públic-privada amb els principals agents turístics del territori i hauran de reforçar la marca del PSTD, tot creant una narrativa atractiva conjunta per posicionar la destinació turísticament.

Es valorarà positivament l'execució d'accions publicitàries pagades.

- **Estratègia orgànica de Xarxes Socials.** S'haurà de proposar un model de gestió dels perfils (ja existents i nous que l'adjudicatari pugui proposar) de les xarxes socials de Turisme Banyoles. En aquesta estratègia s'hauran de proposar diferents accions promocionals.

Aquesta estratègia també haurà d'estar enfocada en la col·laboració públic-privada, en el reforç de la marca del PSTD i en una narrativa conjunta per al posicionament turístic de Banyoles.

d. Redacció, implementació i execució del Pla de Màrqueting turístic

L'empresa adjudicatària redactarà un Pla de Màrqueting turístic que descrigui les accions a seguir per a executar les estratègies establertes a l'apartat anterior, i qui implementarà i executarà aquestes estratègies.

Redacció del Pla de Màrqueting turístic

La redacció del Pla haurà d'incloure els següents punts:

1. El desenvolupament d'una **estratègia integral**, que permeti coordinar l'estratègia de canals i l'estratègia de gestió de xarxes socials de forma coherent.
2. El detall de **les dues estratègies individuals**.
3. La descripció detallada, exhaustiva i justificada de les **accions que es duran a terme per a cada una de les estratègies individuals**.

D'aquesta manera, el Pla de Màrqueting turístic haurà d'especificar les accions que es realitzaran per assolir els objectius fixats pel PSTD, sota el marc de les següents estratègies:

- Estratègia publicitària (online i offline):
 - **Campanya publicitària de proximitat en diferents èpoques de l'any (Catalunya i Espanya).** S'espera un seguit d'accions promocionals a canals online i offline dirigides al públic de proximitat, sent Catalunya el més rellevant. S'hauran de desglossar les accions en diferents segments: per subzones geogràfiques, edats, productes turístics (familiar, natura, esportiu, cicloturisme, cultural, gastronòmic,...), etc.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar una proposta a l'Ajuntament de Banyoles per tal d'acordar-ne els detalls. D'igual forma, serà l'empresa adjudicatària qui haurà d'assumir el cost de la realització de la campanya, i qui realitzarà les gestions i contactes necessaris per a efectuar-la amb èxit.

D'altra banda, la campanya haurà de recollir els objectius de l'estratègia, les accions a realitzar, el cronograma previst per assolir els objectius i les eines de monitoreig KPI.

Per últim, de forma específica per a les accions a plantejar, aquestes hauran de compilar els canals escollits, la segmentació de públic, el format del contingut, el període d'activitat previst, els resultats previstos i el desglossament pressupostari.

- Específicament, es requerirà un mínim de 2 accions a **mitjans tradicionals**, amb l'objectiu d'arribar a un públic més ampli i diversificat. Aquestes accions hauran de respondre a:
 - Insercions publicitàries en diaris i revistes de viatges o turisme.
 - Falques en ràdios potenciant la promoció d'esdeveniments i activitats.
- **Publicitat SEM.** L'empresa haurà de promocionar i millorar la visibilitat de la pàgina web de turisme de l'Ajuntament, a través del posicionament i la compra d'anuncis en els motors de cerca principals.

- **Campanya de màrqueting amb agents prescriptius.** S'espera un seguit d'accions promocionals amb agents prescriptius, com podrien ser creadors de contingut, periodistes i agents comercialitzadors, en format de Blogtrips, Presstrips i/o Famtrips i que resultin en publicacions pagades (articles, publicacions de xarxes socials, publireportatges, etc.) a xarxes socials, blogs, premsa escrita, pàgines web de OTAs, etc. S'haurà de segmentar cadascuna de les accions per producte turístic i públic objectiu, com a mínim. Es prioritzaran les col·laboracions amb creadors de contingut.

S'hauran de dissenyar un mínim de 3 accions específiques per a cada campanya, i com a mínim una haurà de ser una acció de publireportatge en revistes especialitzades.

Aquestes accions s'hauran de realitzar en col·laboració amb creadors de contingut, periodistes o agents comercialitzadors per a promoure experiències, esdeveniments i activitats a Banyoles. S'hauran d'establir objectius SMART i realitzar un seguiment del rendiment, emprant mètriques com l'abast, la participació i el trànsit generat.

D'aquesta manera, l'empresa adjudicatària haurà d'enviar una proposta a l'Ajuntament amb el contingut de la campanya a realitzar i 3 agents prescriptius que puguin tenir major encaix, atenent els interessos de l'Ajuntament.

D'igual forma, serà l'empresa adjudicatària l'encarregada de planificar la presència en revistes especialitzades en turisme, esport i/o cultura, tant en format online com offline a través d'un Presstrip, i serà l'encarregada d'establir contacte amb els agents prescriptius acordats i fer-se càrrec de les despeses de transport, allotjament, manutenció i activitats dins l'itinerari a organitzar per a cada prescriptor.

b. Estratègia orgànica de xarxes socials:

- **Creació i gestió dels perfils de les xarxes socials de Turisme Banyoles.** S'espera una revisió dels perfils de xarxes socials existents i la gestió del dia a dia de tots els perfils de xarxes socials existents o que es puguin crear en diferents xarxes socials per la promoció del turisme de Banyoles.
 - Per a la creació i gestió dels perfils de les xarxes socials cal tenir en compte els següents termes:
 - És imprescindible realitzar una estratègia diferenciada per cada una de les xarxes socials, atenent al perfil d'usuaris, a productes turístics oferts i a les diferents "filosofies" i particularitats de caràcter formal de cada una d'elles.
 - Es crearà una "plantilla de publicació" per a que els continguts guardin entre sí una estètica coherent, i dotin d'una imatge diferencial al PSTD i al destí a les xarxes socials.

- La periodicitat de la publicació dels continguts serà la que l'Ajuntament i la gerència del PSTD comuniquin a l'empresa.
 - Durant l'execució del contracte, l'empresa haurà d'interactuar amb les comunitats de seguidors, donar resposta a les consultes dels usuaris, agrair els seus comentaris, etc. En definitiva, afavorir la interacció amb l'audiència.
- **Disseny de campanyes.** S'espera un disseny de campanyes i accions orgàniques de màrqueting a les diferents xarxes socials per interactuar amb el públic objectiu i fidelitzar visitants, augmentant la notorietat de la destinació. El disseny d'aquestes campanyes haurà de coordinar-se i tenir un fil lògic amb les campanyes de publicitat, en la mesura del possible.
 - **Creació i generació de continguts.** Quan així ho indiqui l'Ajuntament, s'haurà de desenvolupar contingut rellevant i atractiu relacionat amb el PSTD i les seves actuacions per a totes les xarxes socials acordades, amb la finalitat de captar i retenir l'interès en la destinació.
 - Es generaran continguts atractius per a les publicacions a les xarxes socials a partir dels recursos i valors del territori i segons la periodicitat que l'Ajuntament i la gerència del PSTD comuniquin.
 - Totes les publicacions hauran d'anar acompanyades d'elements gràfics (fotografies, cartells, infografies, imatges animades o vídeos), d'acord amb les característiques que exigeixi cada xarxa social per a la seva correcta visualització.

Les principals temàtiques que poden inspirar les publicacions, atenent als productes turístics estratègics en els que s'especialitza el destí, són:

- Equipaments culturals i experiències turístiques dirigides a famílies amb infants.
- Rutes i itineraris cicloturístics i de senderisme.
- Experiències vinculades a la observació i apreciació de l'entorn natural i formes de vida tradicionals.
- Patrimoni material i immaterial.
- Tradició culinària, producte alimentari local.

I temàtiques que atenen altres motivacions:

- Esdeveniments de diferent naturalesa, especialment de caràcter cultural, festiu, gastronòmic o esportiu.
 - Paisatges i sorolls en diferents estacions.
 - Informació geogràfica, hidrogràfica o topogràfica d'interès pel turista.
 - Curiositats històriques de la ciutat.
 - Serveis disponibles: comerç, hostaleria, allotjament, activitats, etc.
 - Bones pràctiques per l'ús sostenible dels recursos turístics.
- **Redacció d'informes.** S'haurà de fer entrega d'informes mensuals i anuals amb resultats de les mètriques obtingudes. Alhora, s'haurà de fer

una anàlisi d'aquests resultats per cadascun dels perfils gestionats i pel conjunt de tots ells.

Implementació i execució del Pla de Màrqueting turístic

L'empresa adjudicatària haurà d'implementar i executar les estratègies i accions acordades prèviament amb l'Ajuntament i la gerència del PSTD, sent aquestes les següents:

- Estratègia publicitària, amb les accions acordades
- Estratègia de gestió de xarxes socials, amb les accions acordades

A mode resum, s'espera que l'empresa adjudicatària:

- Redacti, implementi, executi i avalui el pla de màrqueting turístic acordat amb totes les seves línies estratègiques i accions.
- Gestioni, executi i avalui la campanya publicitàries.
- Gestioni, executi i avalui les accions de màrqueting prescriptives.
- Creï, gestioni i avalui els perfils de Turisme Banyoles a les xarxes socials (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Youtube, Tiktok, etc.). Creació d'algun perfil més, si s'escau.
- Creï, gestioni i publiqui els continguts online i offline per a xarxes socials de forma coordinada amb altres agents turístics rellevants, si s'escau.
- Fomenti la interacció amb els principals agents público-privats a través de les xarxes socials.
- Promocioni i millori la visibilitat de la pàgina web de Turisme Banyoles.
- Gestioni i realitzi reunions i trobades amb els principals agents turístics públics i privats del territori, si s'escau, per a la col·laboració dins del Pla de Màrqueting turístic.

Amb tot, per aquest apartat l'empresa adjudicatària haurà de preparar el següent **lliurable**:

- **Pla de Màrqueting turístic.** Document amb els objectius, estratègies i accions de comunicació, difusió i promoció a desenvolupar, un cronograma dels eixos que es seguirà, i una programació de la fase d'implementació. Per a cada acció plantejada s'especificaran com a mínim els següents punts: objectius de l'acció, les tasques a desenvolupar, un cronograma específic per a cada acció, i finalment, es detallaran les eines que s'utilitzaran per a mesurar els resultats.
- **Informe d'estratègies i accions de comunicació realitzades.** Document que reculli el detall de les estratègies i accions de màrqueting finalment realitzades amb fotografies o imatges dels elements de màrqueting, resums, informes i indicadors.
- **Memòria final.** Document amb els resultats de la implementació del pla de màrqueting amb informació d'interès pel desenvolupament turístic de Banyoles.

e. Supervisió i avaluació del rendiment de les accions i estratègies implementades

Per garantir l'eficàcia del Pla de Màrqueting turístic és essencial supervisar i avaluar el rendiment de les estratègies implementades, realitzant ajustos i optimitzacions que permetin maximitzar els resultats i assolir els objectius establerts.

Aquesta supervisió implica el monitoratge d'indicadors clau de rendiment (KPIs), com ara el trànsit web, col·laboracions amb agents turístics, impacte de les accions en mitjans tradicionals i digitals, mètriques a xarxes socials, entre d'altres. Per a fer-ho, es farà ús d'eines d'anàlisi especialitzades que permetin obtenir dades precises i rellevants.

En aquest apartat, l'empresa adjudicatària haurà de preparar el següent **lliurable**:

- **Informes periòdics de seguiment de l'execució.** Documents que reflecteixin el seguiment de les accions desenvolupades, els resultats obtinguts i assenyalin possibles àrees de millora. Es durà a terme una anàlisi exhaustiva de cada estratègia i acció de màrqueting online i offline, que permetrà identificar oportunitats d'optimització i adaptar les accions en funció de les dades recopilades i les noves tendències del mercat.

5. EQUIP TÈCNIC I REQUERIMENTS TÈCNICS GENERALS OBLIGATORIS DE LA PRESTACIÓ

5.1. Equip tècnic

L'equip tècnic estarà format per, com a mínim, 3 persones amb els següents perfils:

- **Coordinador del Pla de Màrqueting:** Titulació universitària en turisme i/o màrqueting acreditada que hagi realitzat com a mínim 5 treballs en els últims 3 anys en qualitat de director/responsable/coordinador de l'equip:
 - 3 anys en projectes de planificació estratègica turística, màrqueting de destí i/o altres projectes relacionats amb el desenvolupament de destins turístics.
 - 3 projectes de màrqueting turístic.
 - 3 projectes en plans i/o estratègies de promoció i comunicació.
- **Community Manager:** Titulació universitària en comunicació audiovisual i/o màrqueting digital i/o turisme amb els següents coneixements i experiència:
 - Coneixement d'eines d'anàlisi.
 - 3 projectes de gestió professional de les xarxes socials, creant continguts, interactuant amb la comunitat i implementant campanyes publicitàries a xarxes.
- **Especialista en campanyes publicitàries:** Titulació universitària en màrqueting amb els següents coneixements i experiència:
 - Coneixement en màrqueting turístic i en el desenvolupament d'estratègies de publicitat i/o promoció i comunicació
 - 2 projectes de desenvolupament i execució d'estratègies publicitàries.

5.2. Règim de funcionament

Reunions presencials i/o virtuals

Les reunions i seguiment podran ser presencials i/o virtuals. Tindran una periodicitat mínima de dues reunions mensuals.

Tanmateix, l'Ajuntament podrà requerir la presencialitat en les reunions sempre que sigui necessari.

L'equip de l'empresa adjudicatària estarà en permanent contacte amb l'equip tècnic municipal anomenat a tal efecte. L'empresa presentarà actes de totes les reunions en un termini de 3 dies hàbils després de la celebració d'aquestes. A més, l'empresa informará amb una periodicitat mensual de la gestió que inclourà com a mínim:

- L'estat i evolució dels objectius/taques fixades.
- Relació de les reunions realitzades amb els principals acords realitzats amb els departaments consultats.
- Els objectius fixats per el següent mes: Programació dels treballs, reunions, visites, informes...
- Cronograma amb relació dels treballs pendents juntament amb la seva previsió i data de finalització.
- Anàlisi de la situació existent.
- Qualsevol altra informació que es pugui considerar rellevant.

Les accions a realitzar hauran de ser validades pel tècnic de l'Ajuntament de Banyoles responsable del contracte.

Temps de resposta

L'empresa adjudicatària assignarà a una persona de contacte amb el seu correu electrònic i telèfon mòbil corresponent, el qual donarà resposta a les consultes efectuades en un termini màxim de 48 hores.

En aquells casos que així es requereixi expressament les consultes formulades per l'ajuntament es respondran en format informe i es signarà pel tècnic de l'empresa contractista corresponent.

6. INICI DE LES PRESTACIONS I DURADA DEL CONTRACTE

Inici de les prestacions:

L'inici de les prestacions començarà l'endemà de la signatura del contracte.

Termini del contracte

Les tasques objecte de contractació hauran d'estar finalitzades abans del 31 de març del 2026.

Pròrroga:

Aquest contracte de serveis no és susceptible de pròrroga.

7. PLA DE TREBALL

LLIURABLES	TEMPS
Pla de treball	15 dies des de la data d'inici del contracte
Objectius del Pla de Màrqueting	1 mes des de la data d'inici del contracte
Pla de màrqueting turístic	2 mesos des de la data d'inici del contracte
Informe d'estratègies i accions de comunicació realitzades	Cada mes des de la data d'inici del contracte
Informes periòdics de seguiment de l'execució	Cada mes des de la data d'inici d'execució del contracte
Memòria final	Data de finalització del contracte

8. FORMA DE PAGAMENT

El contractista presentarà dues factures. La primera amb el 50% de l'import del contracte a l'entrega del Pla de Màrqueting Turístic i el 50% restant a la finalització del contracte.

El pagament es farà efectiu, prèvia presentació de la factura i una vegada hagi estat degudament conformada per l'Ajuntament.

Les factures hauran d'incloure en la seva descripció la referència al finançament: «Finançat per la UE – Fons NextGenerationEU».

9. FORMES DE SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DE LES CONDICIONS

Amb caràcter general, l'Ajuntament de Banyoles controlarà el compliment dels terminis acordats, així com la qualitat i l'adequació del servei objecte d'aquest contracte.

Correspon a la tècnica coordinadora per executar el PSTD de Banyoles – Ciutat de l'aigua el control, el seguiment i la coordinació d'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar les qüestions relacionades amb el desenvolupament de les tasques indicades en aquest plec i en el marc del PRTR.

L'empresa contractista haurà de designar una persona responsable de la gestió de l'execució del contracte, que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, i tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec i tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la tècnica coordinadora per executar el PSTD.

ESPECIFICITATS DEL PRTR

Identitat corporativa

S'haurà de tenir en compte la identitat corporativa de la subvenció, incorporant a la totalitat dels documents els següents logos, així com la menció al finançament: Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència - Finançat per la Unió Europea – Next Generation EU.



Compliment del principi de no causar perjudici ambiental (DNSH)

Components del PRTR al que pertany l'activitat	Component 14 del PRTR "Pla modernització i competitivitat de sector turístic".
Mesura (Reforma o Inversió)	Inversió 1 "Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat"
Tipologia d'activitat/Títol del projecte	Pla de màrqueting turístic
Etiquetat climàtic i mediambiental assignat a la mesura	No aplica
Percentatge de contribució a objectius climàtics (%)	No aplica
Percentatge de contribució a objectius mediambientals (%)	No aplica

El projecte compleix amb el principi de «no causar un perjudici significatiu al medi ambient» (principi do no significant harm - DNSH) als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del reglament (UE) 2020/852 i, en el seu cas, l'etiquetatge climàtic i digital, d'acord amb el que es preveu en el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, aprovat per Consell de Ministres el 27 d'abril de 2021 i pel Reglament (UE) núm. 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de febrer de 2021, pel qual s'estableix el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, així com amb el requerit en la Decisió d'Execució del Consell relativa a l'aprovació de l'avaluació del pla de recuperació i resiliència d'Espanya. a) Les activitats que es desenvolupen no ocasionen un perjudici significatiu als següents objectius mediambientals, segons l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 relatiu a l'establiment d'un marc per facilitar les inversions sostenibles mitjançant la implantació d'un sistema de classificació (o taxonomia) de les activitats econòmiques mediambientals sostenibles:

- Mitigació del canvi climàtic.
- Adaptació al canvi climàtic.
- Ús sostenible i protecció dels recursos hídrics i marins.
- Economia circular, inclosos la prevenció i el reciclatge de residus.
- Prevenció i control de la contaminació a l'atmosfera, l'aigua o el sòl.
- Protecció i restauració de la biodiversitat i els ecosistemes.

b) Les activitats s'adeqüen, si escau, a les característiques fixades per a la mesura i submesura del component i reflectides en el Pla de recuperació, transformació i resiliència.

c) Les activitats que es desenvolupen en el projecte compliran amb la normativa mediambiental vigent que sigui aplicable.

d) Les activitats que es desenvolupen no estan excloses per al finançament pel Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència d'acord amb la Guia tècnica sobre l'aplicació del principi "no causar un perjudici significatiu" en virtut del Reglament relatiu al Mecanisme de Recuperació i Resiliència (2021/C 58/01), a la Proposta de Decisió d'execució del Consell relativa a l'aprovació de l'avaluació del pla de recuperació i resiliència d'Espanya i al seu annex.

e) Les activitats que es desenvolupin no causaran efectes directes sobre el medi ambient, ni efectes indirectes primaris en tot el seu cicle de vida, entenent com a tals els que es puguin materialitzar una vegada realitzada l'activitat. El compliment del DNSH inclou també el compliment de les condicions específiques previstes al Component 14, i a la Inversió 1 en què s'emmarquen aquests projectes, tant pel que fa al principi DNSH, com a l'etiquetatge climàtic i digital, i especialment les recollides a l'annex de la Proposta de Decisió d'Execució del Consell i als apartats 3, 6 i 8 del document del Component

Obligacions de l'adjudicatària

Serà obligació de l'empresa adjudicatària el correcte compliment dels principis de gestió específics del Pla de Recuperació, Transició i Resiliència (PRTR) definits en l'article 2 de l'Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre:

- Reforç de mecanismes per la prevenció, detecció i correcció dels fraus, corrupció i conflictes d'interès, mitjançant la signatura de la corresponent declaració d'absència de conflicte d'interès (DACI), així com el compliment i aplicació del Pla Antifrau.
- Declaració responsable sobre el compliment del principi de no causar perjudici significatiu als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 (Do not significant harm – DNSH).
- Identificació del perceptor final dels fons, ja sigui com a beneficiaris de les ajudes o adjudicatari d'un contracte o subcontracte. Es a dir l'obligació d'informar de les dades d'identificació del contractista o subcontractista, que són: o NIF del contractista o subcontractista o Nom de la persona física o raó social de la persona jurídica. o Domicili fiscal de la persona física o jurídica.
- Declaració de cessió i tractament de dades en relació amb l'execució d'actuacions del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), indicat com annex 4 al PCAP.
- Declaració de compromís amb relació amb l'execució d'actuacions del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR), indicat com annex 5 al PCAP.
- Les empreses contractistes han d'acreditar la inscripció al Cens d'empresaris, professionals i retenidors de l'Agència Estatal de l'Administració Tributària o al cens equivalent de l'Administració Tributària Foral, que ha de reflectir l'activitat efectivament desenvolupada en la data de participació en el procediment de licitació.
- Els continguts de la projecció, presentats pel licitador, hauran de ser inèdits i originals, desenvolupats específicament per a l'Ajuntament de Banyoles.
- L'adjudicatari haurà de presentar amb la suficient antelació el guió i el contingut de la projecció a l'Ajuntament de Banyoles per a la seva revisió i, si escau, modificació dels mateixos. En tot cas, haurà de quedar garantida la utilització d'un llenguatge inclusiu, respectuós amb la igualtat de gènere, l'educació en valors, la tolerància i el respecte al patrimoni.
- L'empresa adjudicatària cedirà els drets de reproducció a l'Ajuntament de Banyoles del material gràfic i audiovisual utilitzat, així com la renúncia expressa als drets d'imatge de totes les persones que poguessin aparèixer en aquest material, i la finalitat i ús del qual està dirigit a la difusió i promoció de Banyoles.
- Els originals confeccionats en el marc d'aquest contracte passaran a ser propietat de l'Ajuntament de Banyoles, que podrà utilitzar-los en quantes accions desitgi, sense límit de temps.

10. PROTECCIÓ DE DADES PERSONALS, SEGURETAT DE LA INFORMACIÓ I INTEROPERABILITAT

Tant els licitadors com l'adjudicatari es comprometran a donar un tracte reservat i confidencial a tota la informació que l'empresa licitadora o adjudicatària obtingués de l'Ajuntament de Banyoles. Així doncs, per a la realització dels serveis objecte del contracte actual és necessari i imprescindible que l'adjudicatari accedeixin a informació propietat de l'Ajuntament de Banyoles, adquirint el compromís de donar un tracte reservat i confidencial a tota la informació que l'empresa licitadora o adjudicatària pogués obtenir, quedant subjectes als següents termes i condicions.

11. PROPIETAT INTEL·LECTUAL I INDUSTRIAL

L'Ajuntament de Banyoles serà el propietari de tot el material que sigui elaborat per l'adjudicatari durant l'execució del contracte, i, en particular, tots els drets de propietat intel·lectual que derivin d'aquest, inclosa l'explotació, en qualsevol modalitat i sota qualsevol format, per a tothom, del treball elaborat per l'adjudicatari, o els seus empleats, en execució del contracte, reservant-se l'Ajuntament de Banyoles qualsevol altres facultats annexes al dret de propietat intel·lectual. Serà propietat de l'Ajuntament de Banyoles el resultat dels serveis- (material fotogràfic, vídeos, materials promocionals), així com quants materials i documents (planificacions, especificacions, informes tècnics, presentacions, etc.) es realitzin en emplenament del contracte.

L'Ajuntament de Banyoles serà titular de tots els drets referits en el paràgraf anterior pel termini màxim permès legalment, i l'única entitat que, per tal concepte, podrà explotar i comercialitzar amb el treball desenvolupat en execució del contracte, abans o després de la seva terminació, corresponent als autors materials del mateix únicament els drets morals que els reconeix l'article 14 de la Llei de Propietat Intel·lectual. Als efectes previstos en els dos paràgrafs anteriors, l'adjudicatari es compromet al lliurament de tota la documentació tècnica i lliurables generats durant l'execució de contracte.

Tota la documentació elaborada i els resultats obtinguts per l'adjudicatari en l'execució del contracte seran propietat de l'Ajuntament de Banyoles, en el poder del qual quedaran a la finalització del contracte, no podent l'adjudicatari utilitzar-la per a altres persones o entitats.