

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA PER AL PATROCINI D'ESDEVENIMENTS I EQUIPS ESPORTIUS PER A LA VISIBILITAT I DIFUSIÓ DE LA MARCA "COSTA DAURADA" I/O "TERRES DE L'EBRE"

1.- NECESSITAT, IDONEÏTAT I JUSTIFICACIÓ DE LA CONTRACTACIÓ

El patrocini esportiu és un tipus de patrocini especialitzat en l'esport, així com en els valors que l'esport pot transmetre quan s'associa una marca o un producte a un equip, o un esdeveniment. La publicitat convencional segueix ocupant una parcel·la molt important en el pressupost del PTDT, però es busquen també altres fórmules de *publicitat no convencional*, entre les quals es troba el patrocini. El patrocini és molt més eficient i eficaç si s'utilitza conjuntament amb altre eines, com un element integrat dins l'estratègia de comunicació i no d'una manera aïllada. És per això que el PTDT vol donar visibilitat i fer difusió de la marca mitjançant una campanya publicitària en mitjans convencionals i a través del patrocini esportiu.

Les necessitats a satisfer mitjançant aquest contracte de patrocini publicitari són:

- Donar visibilitat i fer difusió de la marca Costa Daurada i Terres de l'Ebre.
- Potenciar la imatge de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre com a territoris ideals per a la pràctica d'esports.
- Incrementar la reputació, notorietat i imatge de marca.
- Aconseguir un impacte diferent del que proporciona la publicitat més habitual lligada a les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre.
- Aconseguir una repercussió mediàtica amb una imatge de destinació de turisme esportiu, millorant el seu posicionament i la seva projecció, potenciant els seus valors i augmentant el seu coneixement per atreure nous visitants.
- Posar el focus en activitats que reflecteixin el caràcter de la marca i els valors mediambientals, socials i d'innovació que representa.

En determinats segments i productes, com l'esportiu, el posicionament de la marca Costa Daurada ocupa un lloc rellevant i s'ha de continuar impulsant tot aprofitant aquest posicionament.

Els patrocinis d'esdeveniments i equips esportius són una plataforma dinàmica i polivalent que permet arribar al públic objectiu i transmetre els valors inherents a les marques turístiques.

La clau de l'èxit resideix en el fet que s'associï la imatge del patrocinador a les qualitats o beneficis de l'esdeveniment/equip patrocinat, creant i dotant d'un estil propi a l'esdeveniment. Tot patrocini té personalitat i percepció pròpia en la ment del públic, i aquesta peculiaritat ha de ser l'enllaç per a crear i desenvolupar imatge i notorietat de marca.

La marca és una associació d'idees, imatges, percepcions, sonoritats que té un potencial client quan entra en contacte amb la nostra organització. La pràctica de l'esport s'associa a valors d'estil de vida saludable, de compromís amb la societat i

l'entorn, d'igualtat d'oportunitats....i són aquests els valors que el PTDT vol que s'associïn a la marca Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

Cal posar en relleu que l'esport es difon cada dia als mitjans de comunicació. Les informacions relatives a esdeveniments i lligues/competicions regulars tenen una presència i cobertura habitual gairebé diària en els diferents programes informatius i d'esports, en la premsa escrita generalista, en la premsa escrita esportiva especialitzada, així com en la premsa esportiva digital.

Es preveuen dos tipus de patrocinis:

- **El patrocini d'esdeveniments esportius** realitzats a la província de Tarragona que permetin donar visibilitat i fer difusió de la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" i augmentar el seu grau de coneixement i alhora coneguin la destinació *in situ* per tal de consolidar-ne el posicionament i al mateix temps associar-la als valors esportius, socials, mediambientals i d'innovació.
- **Patrocini del/s equip/s esportius** de la província de Tarragona que participin en competicions esportives oficials a nivell estatal i/o internacional durant el calendari oficial de la disciplina corresponent de la temporada 2025-2026, per donar visibilitat i fer difusió de la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" més enllà de les comarques tarragonines alhora que s'associï la marca a la pràctica esportiva i a valors socials i mediambientals. En el cas que la proposta de patrocini faci referència a més d'un equip, aquests hauran de ser de la mateixa modalitat esportiva.

Dins de cada tipus de patrocini, hi ha la necessitat de contractar diferents lots en funció de la capacitat de cadascuna d'elles de generar més o menys difusió i visibilitat de la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" i, consegüentment, els requisits, els criteris d'adjudicació i l'import del patrocini varien en funció d'aquesta capacitat:

- **El tipus de competició** és un factor que genera influència sobre l'impacte d'un esdeveniment esportiu. En el cas de la lliga d'un esport, aquesta tipologia porta implícit que hi hagi competicions durant tota la temporada. En el cas d'esdeveniments i campionats, el seu efecte temporal sol ser inferior al d'una lliga del mateix esport amb una categoria similar. Els impactes i el retorn per a les marques patrocinadores s'obtenen de manera puntual mentre dura l'esdeveniment.
- Com més ampli és **l'àmbit geogràfic** de l'esdeveniment més probabilitats hi ha que hi assisteixin assistents i competidors forans.
- Els **actius i els elements de valor** que aporten els patrocinis esportius són múltiples i els podem classificar en actius físics: espais en instal·lacions, pancartes, tanques, cartells, banderoles, productes de marxandatge, etc. i actius digitals: pàgina web, bànners en pàgines de tercers, publicacions a les xarxes socials, butlletins, etc. El PTDT vol combinar tots aquests actius físics i digitals per tal d'augmentar l'exposició i l'abast. Tots aquests actius tenen un valor determinat en funció de la seva capacitat de generar visibilitat i notorietat.
- La justificació de les **modalitats esportives considerades estratègiques** i la graduació en les puntuacions està basada en els aspectes següents:

1. D'acord amb el programa de "Turisme esportiu i golf" de l'Agència Catalana de Turisme, conformat per destinacions, equipaments esportius i allotjaments i agències de viatges especialitzats i certificats en turisme esportiu per aquesta entitat, que garanteix que tant els esportistes d'alta competició com els turistes amants de l'esport tinguin instal·lacions de la màxima qualitat que apliquen les últimes tecnologies de l'esport i serveis adaptats a la seva pràctica esportiva.

La Costa Daurada i les Terres de l'Ebre compten amb 4 municipis certificats:

Cambrils, certificada en les disciplines ciclisme, futbol i vela; Salou, certificada en la disciplina de futbol, vela, triatló i ciclisme; Amposta, certificada en la disciplina de rem; i l'Ametlla de Mar, certificada en la disciplina de vela.

Els municipis que compten amb equipaments esportius certificats:

Futbol: Cambrils, Salou i Prades; Rem: Amposta; Vela: Cambrils, Salou, l'Ametlla de Mar (3 instal·lacions); Natació: Tarragona; Golf: Tarragona, Salou.

A més la destinació compta amb allotjaments certificats en turisme esportiu a les localitats de l'Aldea, Altafulla, Amposta, l'Ametlla de Mar, Cambrils, Montbrió del Camp, Mont-roig del Camp, Prades, Salou, Tortosa, Vila-seca, Vinyols i els Arcs, així com empreses d'activitats i agències de viatge, igualment certificades, a les localitats de Deltebre, Cambrils, Montbrió del Camp, Mont-roig del Camp i Salou.

Igualment, dins el programa de "Turisme actiu i natura" certificats en "cicloturisme" hi figuren Amposta, Mont-roig del Camp, Tortosa i Vila-seca i els Consells Comarcals de la Terra Alta i el Baix Ebre.

2. D'acord amb el nombre de seguidors i practicants de cada disciplina i consegüentment l'impacte que pot tenir el seu patrocini en la marca.

D'acord amb "Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport del total de llicències federatives esportives de 2022, el 80,2% es concentren en 15 federacions: Fútbol, Bàsquet, Caça, Golf, Muntanya i Escalada, Balonmano, Judo, Pàdel, Voleibol, Atletisme, Tennis, Karate, Surf, Ciclisme i Patinatge.

Malgrat que no hi ha cap destinació certificada en pàdel, bàsquet o curses, s'han inclòs aquestes disciplines perquè el territori compta amb un gran nombre d'infraestructures i serveis per a la pràctica i desenvolupament d'aquests esports i perquè es troben entre les 15 disciplines amb més nombre de federats esportius.

El pàdel és un esport en auge amb gairebé 100.000 federats a tota Espanya. Segons l'estudi de Deloitte actualment hi ha al món més de 18 milions de jugadors actius de pàdel, el nombre de llicències esportives a nivell global supera ja les 300.000, i Espanya concentra gairebé un de cada tres jugadors federats. A més, el 2021 hi havia ja més de 51 federacions nacionals de pàdel inscrites a la FIP. S'estima que aquest esport ja es practica a més de 90 països a tot el món, amb un creixement mitjà entre el 2016 i el 2021 d'un 22%. Aquestes dades garanteixen unes xifres d'audiència molt rellevants en els

canals de comunicació, fet que permetrà visibilitzar i difondre la marca “Costa Daurada” i/o “Terres de l'Ebre”.

Quant al bàsquet i d'acord amb “l'Anuario de Estadísticas Deportivas” de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el bàsquet ocupa la segona posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol. Cal destacar la cobertura mediàtica d'alguna de les proves que la fan especialment atractiva, en termes de visibilitat de marca, audiències i notorietat.

Pel que fa al Rem, les Terres de l'Ebre i en concret Amposta, acullen l'únic Centre d'Alt Rendiment de la província de Tarragona (CAR), especialitzat en la pràctica esportiva del rem atenent a la seva situació vora el Riu Ebre. L'alt grau d'especialització la fan referent al país i posiciona la destinació per a la pràctica d'aquest esport.

Amb referència a les curses de muntanya, cal donar visibilitat a l'ampli ventall d'actius de la destinació com són els espais naturals on realitzar activitats a l'aire lliure de múltiples disciplines esportives. El Paratge Natural d'Interès Nacional de Poblet –inclòs al Pla d'Espais d'Interès Natural- i el Parc Natural del Montsant, les Muntanyes de Prades, el Ports de Tortosa-Besseit, etc. on practicar el senderisme, running o BTT. Cal visibilitzar i posar en valor el marc excepcional de l'interior de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, que permeten desestacionalitzar la demanda, diversificar l'oferta turística i descentralitzar l'activitat turística portant-la a espais menys saturats i amb potencial de creixement.

D'altra banda, l'especial orografia i el clima temperat de la destinació fan que la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre ja tinguin consolidat el seu posicionament en el producte esportiu de ciclisme. Existeixen un gran nombre de rutes senyalitzades per a la pràctica d'aquest esport, d'entre les quals cal destacar la Via Verda de la Terra Alta, la Via Verda de la Val de Zafan, la Ruta del Cister, Pedals del Priorat, etc. totes amb serveis per al transport de material i infraestructures associades. Cal esmentar també el Centre BTT a Mont-roig del Camp i el fet que des de fa anys el territori aculli etapes de la Vuelta a España i la Volta a Catalunya.

- Un altre element a valorar són els **mercats estratègics** de la destinació per tal de poder arribar al màxim públic objectiu de les marques mitjançant els patrocinis que es contractaran. Són el volum d'arribades de cadascun d'ells, l'històric estadístic del mercat envers la destinació, el nivell de coincidència estratègica amb el sector empresarial, les connexions aèries de la destinació amb cada mercat, el pes de la intermediació turística en la cadena de comercialització i de la destinació les que determinen el seu caràcter estratègic.

Els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de l'ONU poden relacionar-se de manera significativa amb els contractes de patrocini esportius. Aquesta relació ofereix oportunitats per ambdues parts per generar un impacte positiu més enllà de l'àmbit purament esportiu o comercial. Principals connexions entre ODS i el patrocini esportiu:

ODS 3 (Salut i benestar): garantir una vida sana i promoure el benestar de tots en totes les edats

ODS 5 (Igualtat de gènere): aconseguir la igualtat de gènere i empoderar a totes les dones i les nenes.

ODS 11 (Ciutats i comunitats sostenibles): aconseguir que els esdeveniments siguin sostenibles, redueixin l'impacte ambiental i beneficiïn les comunitats locals.

ODS 17 (Aliances per assolir els objectius): aconseguir aliances entre el sector privat, l'àmbit esportiu i, sovint, les administracions públiques.

Atenent els resultats dels estudis d'impacte econòmic elaborats dels patrocinis esportius realitzats en els darrers 3 anys, les prestacions objecte dels contractes de patrocini han assolit i superat els impactes publicitaris previstos ja que el retorn econòmic de la marca per al PTDT ha estat superior a la inversió.

2.- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és el patrocini d'esdeveniments esportius i equips esportius per visibilitzar i difondre les marques "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" i dels valors associats a aquestes, incrementar-ne el coneixement, posicionar-les com a referent de destinació de turisme esportiu.

Es preveuen un total de 15 lots de patrocini en funció de si es tracta d'un esdeveniment esportiu o del patrocini d'equips esportius i del retorn econòmic de la marca mínim exigit.

El contracte de patrocini està regulat a la Llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat (d'ara endavant LGP), modificada per Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millora de la protecció dels consumidors i usuaris, juntament amb els contractes de publicitat, de difusió publicitària i de creació publicitària.

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 de la ressonància de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i enaltir la seva imatge.

3.- DIVISIÓ EN LOTS

La prestació de l'objecte del contracte es divideix en 15 lots:

Lot 1 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 125.840,00 €)

Lot 2 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 110.110,00 €)

Lot 3 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 102.245,00 €)

Lot 4 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 94.380,00 €)

Lot 5 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 94.380,00 €)

Lot 6 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 94.380,00 €)

Lot 7 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 78.650,00 €)

Lot 8 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 62.920,00 €)

Lot 9 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 47.190,00 €)

Lot 10 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 39.325,00 €)

Lot 11 Patrocini d'esdeveniment esportiu (retorn econòmic mínim de la marca 31.460,00 €)

Lot 12 Patrocini d'equips esportius (retorn econòmic mínim de la marca 275.275,00 €)

Lot 13 Patrocini d'equips esportius (retorn econòmic mínim de la marca 157.300,00 €)

Lot 14 Patrocini d'equips esportius (retorn econòmic mínim de la marca 102.245,00 €)

Lot 15 Patrocini d'equips esportius (retorn econòmic mínim de la marca 94.380,00 €)

PRESENTACIÓ DE SOL·LICITUDS

Número de lots en què un mateix candidat pot presentar ofertes: quinze (15) lots (una per cada lot).

Número de lots màxim que es poden adjudicar a un mateix candidat: dos (2), un (1) per a equips esportius i un (1) per a esdeveniments esportius.

Excepcionalment es podrà adjudicar més d'1 lot d'esdeveniments esportius a un mateix licitador en cas que no hi hagi concurrència o no hi hagi cap oferta adequada.

Excepcionalment es podrà adjudicar més d'1 lot d'equip/s esportius a un mateix licitador en cas que no hi hagi concurrència o no hi hagi cap oferta adequada.

El motiu de limitar el nombre de lots dels qual podrà resultar adjudicatari un mateix candidat es deu a la necessitat de garantir que la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" s'associï a una pluralitat de disciplines esportives, diversificar el públic objectiu i als valors que representen cadascuna d'elles.

Consideracions:

En el cas que hi hagi més d'una entitat organitzadora d'un mateix esdeveniment, només podrà sol·licitar-se un únic patrocini per aquell esdeveniment.

En cas que un licitador resulti adjudicatària de més d'un (1) lot d'esdeveniments esportius s'adjudicarà d'acord amb l'ordre de preferència indicat en l'oferta

En cas que un licitador resulti adjudicatària de més d'un (1) lot per equip/s esportius s'adjudicarà d'acord amb l'ordre de preferència indicat en l'oferta

4.- INSUFICIÈNCIA DE MITJANS

L'Organisme Autònom Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona no té els mitjans materials per l'organització d'esdeveniments d'aquestes característiques, però sí que vol aprofitar el ressò i la capacitat d'aquests de generar una elevada repercussió mediàtica, notorietat, visibilitat i difusió de les marques i d'associar la marca a valors més enllà dels estrictament esportius.

5.- PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ

Pressupost base de licitació: 1.161.600,00 € (IVA inclòs)

PATROCINIS ESDEVENIMENTS ESPORTIUS

	Pressupost Base de Licitació (IVA exclòs)	IVA 21 %	Pressupost Base Licitació (IVA inclòs)
Lot 1	80.000,00 €	16.800,00 €	96.800,00 €
Lot 2	70.000,00 €	14.700,00 €	84.700,00€
Lot 3	65.000,00 €	13.650,00 €	78.650,00 €
Lot 4	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lot 5	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lot 6	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lot 7	50.000,00 €	10.500,00 €	60.500,00 €
Lot 8	40.000,00 €	8.400,00 €	48.400,00 €
Lot 9	30.000,00 €	6.300,00 €	36.300,00 €
Lot 10	25.000,00 €	5.250,00 €	30.250,00 €
Lot 11	20.000,00 €	4.200,00 €	24.200,00 €

PATROCINIS D'EQUIPS ESPORTIUS

	Pressupost Base de Licitació (IVA	IVA 21 %	Pressupost Base Licitació (IVA
--	-----------------------------------	----------	--------------------------------

	exclòs)		inclòs)
Lot 12	175.000,00 €	36.750,00 €	211.750,00 €
Lot 13	100.000,00 €	21.000,00 €	121.000,00 €
Lot 14	65.000,00 €	13.650,00 €	78.650,00 €
Lot 15	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €

En tractar-se d'un contracte de patrocini esportiu, el càlcul del pressupost base de licitació s'ha efectuat atenent els resultats dels estudis d'impacte econòmic elaborats fins a l'actualitat dels diferents patrocinis esportius que s'han realitzat en els darrers tres anys i garantint en tot cas un retorn econòmic mínim de la marca del 30%.

Atenent aquests estudis, les prestacions objecte dels contractes de patrocini esportiu han assolit i superat els impactes publicitaris i el retorn econòmic de la inversió realitzada pel PTDT. És per aquest motiu que el patrocini té entitat suficient per a constituir la prestació econòmica total d'1.161.600,00 € (960.000,00 € del valor base del contracte més 201.600,00 € d'IVA).

El desglossament d'aquest pressupost per lots és el següent:

LOT 1

Costos Directes	800,00 €
TOTAL	800,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	74.400,00 €
Benefici industrial (6%)	4.800,00 €
TOTAL	79.200,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	80.000,00 €
IVA	16.800,00 €
TOTAL	96.800,00 €

LOT 2

Costos Directes	700,00 €
TOTAL	700,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	65.100,00 €
Benefici industrial (6%)	4.200,00 €
TOTAL	69.300,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	70.000,00 €
IVA	14.700,00 €
TOTAL	84.700,00 €

LOT 3

Costos Directes	650,00 €
TOTAL	650,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	60.450,00 €
Benefici industrial (6%)	3.900,00 €
TOTAL	64.350,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	65.000,00 €
IVA	13.650,00 €
TOTAL	78.650,00 €

LOT 4

Costos Directes	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	55.800,00 €
Benefici industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOT 5

Costos Directes	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	55.800,00 €
Benefici industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOT 6

Costos Directes	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costos Indirectes	
--------------------------	--

Despeses generals d'estructura (93%)	55.800,00 €
Benefici industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOT 7

Costos Directes	500,00 €
TOTAL	500,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	46.500,00 €
Benefici industrial (6%)	3.000,00 €
TOTAL	49.500,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	50.000,00 €
IVA	10.500,00 €
TOTAL	60.500,00 €

LOT 8

Costos Directes	400,00 €
TOTAL	400,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	37.200,00 €
Benefici industrial (6%)	2.400,00 €
TOTAL	39.600,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	40.000,00 €
IVA	8.400,00 €
TOTAL	48.400,00 €

LOT 9

Costos Directes	300,00 €
TOTAL	300,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	27.900,00 €
Benefici industrial (6%)	1.800,00 €
TOTAL	29.700,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	30.000,00 €
IVA	6.300,00 €
TOTAL	36.300,00 €

LOT 10

Costos Directes	250,00 €
TOTAL	250,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	23.250,00 €
Benefici industrial (6%)	1.500,00 €
TOTAL	24.750,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	25.000,00 €
IVA	5.250,00 €
TOTAL	30.250,00 €

LOT 11

Costos Directes	200,00 €
TOTAL	200,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	18.600,00 €
Benefici industrial (6%)	1.200,00 €
TOTAL	19.800,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	20.000,00 €
IVA	4.200,00 €
TOTAL	24.200,00€

LOT 12

Costos Directes	1.750,00 €
TOTAL	1.750,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	162.750,00 €
Benefici industrial (6%)	10.500,00 €
TOTAL	173.250,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	175.000,00 €
IVA	36.750,00 €
TOTAL	211.750,00€

LOT 13

Costos Directes	1.000,00 €
TOTAL	1.000,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	93.000,00 €
Benefici industrial (6%)	6.000,00 €
TOTAL	99.000,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	100.000,00 €
IVA	21.000,00 €
TOTAL	121.000,00€

LOT 14

Costos Directes	650,00 €
TOTAL	650,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	60.450,00 €
Benefici industrial (6%)	3.900,00 €
TOTAL	64.350,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	65.000,00 €
IVA	13.650,00 €
TOTAL	78.650,00€

LOT 15

Costos Directes	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costos Indirectes	
Despeses generals d'estructura (93%)	55.800,00 €
Benefici industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

TOTAL DE COSTOS (Directes + Indirectes)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00€

6.- VALOR ESTIMAT

	Import licitació	Import de les pròrroques (1+1)	Import de les modificacions	VALOR ESTIMAT
Lot 1	80.000,00 €	160.000,00 €	0,00 €	240.000,00 €
Lot 2	70.000,00 €	140.000,00 €	0,00 €	210.000,00 €
Lot 3	65.000,00 €	130.000,00 €	0,00 €	195.000,00 €
Lot 4	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
Lot 5	60.000,00 €	120.000,00	0,00 €	180.000,00 €
Lot 6	60.000,00 €	120.000,00	0,00 €	180.000,00 €
Lot 7	50.000,00 €	100.000,00 €	0,00 €	150.000,00 €
Lot 8	40.000,00 €	80.000,00 €	0,00 €	120.000,00 €
Lot 9	30.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	90.000,00 €
Lot 10	25.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	75.000,00 €
Lot 11	20.000,00 €	40.000,00 €	0,00 €	60.000,00 €
Lot 12	175.000,00 €	350.000,00 €	0,00 €	525.000,00 €
Lot 13	100.000,00 €	200.000,00 €	0,00 €	300.000,00 €
Lot 14	65.000,00 €	130.000,00 €	0,00 €	195.000,00 €
Lot 15	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
VALOR ESTIMAT TOTAL				2.880.000,00 €

7.- DURADA DEL CONTRACTE

7.1. Per als patrocinis d'esdeveniments esportius (LOT 1 a LOT 11) la durada del contracte serà des de l'inici de l'esdeveniment i s'allargarà 4 mesos més des de la finalització de l'esdeveniment. Dins d'aquest termini l'adjudicatari haurà de presentar la documentació requerida en el plec de prescripcions tècniques per tal d'acreditar el retorn econòmic de la marca i poder procedir al pagament del preu del contracte.

Pròrroga:

Es preveu la pròrroga del patrocini dels esdeveniments esportius per un període de dos (2) anys (1+1), d'acord amb els termes establerts en el plec de prescripcions tècniques.

7.2. Per als patrocinis d'equips esportius (LOT 12 a LOT 15) la durada del contracte serà d'1 any des de la seva formalització. Dins dels dos (2) darrers mesos de durada del contracte l'adjudicatari haurà de presentar la documentació requerida en el plec de prescripcions tècniques per tal d'acreditar el retorn econòmic de la marca i poder procedir al pagament final del preu del contracte.

Pròrroga:

Es preveu la pròrroga del patrocini dels equips esportius per un període de dos (2) anys (1+1), d'acord amb els termes establerts en plec de prescripcions tècniques.

8.- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

Els criteris a tenir en compte a l'hora de considerar quina és la proposició més avantatjosa seran els que s'indiquen a continuació:

Per cada lot es valorarà:

LOTS 1 A LOT 11

Criteris automàtics (fins 51 punts)

a) Oferta econòmica (fins a 26 punts)

$$\text{Puntuació obtinguda} = 26 * (\text{Import Base Licitació} - \text{Oferta que es valora}) / (\text{Import Base Licitació} - \text{Oferta més econòmica})$$

Les ofertes amb preu igual al de licitació obtindran 0 punts, mentre que l'oferta més baixa obtindrà 26 punts.

Baixa 0 → 0 punts

Baixa major → 26 punts

S'estableix aquesta fórmula perquè permet una ponderació d'ofertes distribuint els punts de forma proporcional segons les diferències entre les ofertes de preu, a partir de l'oferta econòmica que hagi estat admesa i tenint en compte el pressupost net de licitació.

No s'acceptarà cap oferta econòmica que superi el pressupost base de licitació.

Presentar una oferta de preu superior al pressupost base de licitació serà motiu d'exclusió del procediment de licitació.

b) S'inclou el nom de la marca "Costa Daurada" o "Terres de l'Ebre" al nom de l'esdeveniment (25 punts).

Criteri de judici de valor (fins 49 punts)

a) Proposta tècnica

CONTRAPRESTACIONS I RETORN ECONÒMIC DEL PATROCINI

Les contraprestacions han d'estar dirigides a donar visibilitat i fer difusió de la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre", i s'han de definir acuradament cadascuna d'elles en la descripció.

En la valoració del retorn econòmic de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre derivat de les accions proposades no es pot incloure les despeses de producció, que aniran a càrrec de l'adjudicatari

A tall d'exemple, oferir com a contraprestació " mencions en les xarxes socials", " mencions en notes de premsa", " inserció de publicitat" no són suficients perquè no defineixen acuradament la contraprestació ni reflecteixen el nombre d'impactes ni la seva valoració econòmica. Per tant, és necessari que cadascuna de les contraprestacions estigui suficientment detallada i quantificada econòmicament ja que en cas contrari es valoraran amb 0 punts.

Criteris tècnics	Puntuació màxima
A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per a la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (fins a 4 punts) Modalitats esportives prioritàries: Futbol, Pàdel, Bàsquet, Rem, Vela, BTT, Ciclisme en carretera, curses de muntanya.	Fins a 4 punts
B. DIFUSIÓ DE LA MARCA Es tindrà en compte la ubicació estratègica i destacada de les marques i logotips de Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en cada acció de difusió del patrocini en els mitjans de comunicació i suports següents. MITJANS PROPIS (fins a 20 punts) Valoració de la repercussió mediàtica de l'esdeveniment aconseguida mitjançant les activacions en els canals propis de l'esdeveniment i/o l'entitat organitzadora: 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el <u>recorregut, recinte o instal·lacions esportives</u> (fins a 6 punts). Zones centrals del recorregut, recinte o instal·lacions esportives (exemples: pista de joc, pantalla del marcador , arc arribada/sortida, etc.) – fins a 5 punts Zones secundàries del recorregut, recinte o instal·lacions esportives – fins a 1 punts. <i>S'haurà d'adjuntar un plànol, dibuix o esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. <u>Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.</u></i> 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'<u>equipament</u> o altre (fins a 6 punts). - Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en la samarreta de l'equip dels participants (o equivalent segons la modalitat esportiva) a la part superior del tronc. – fins a 4 punts - Presència del logotip de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en l'equipdel personal de l'organització – fins a 1 punts - Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en altre material vinculat al desenvolupament de l'esdeveniment	Fins a 36 punts

esportiu (per exemple: dorsals, embarcacions, vehicles, motxilles, etc.). – fins a 1 punts

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (fins a 2 punts).

- Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en la sala de premsa, zona d'atenció als mitjans i pòdium – fins a 1 punt

- Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en altres zones vinculades amb la comunicació de l'esdeveniment esportiu – 1 punt

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (fins a 1 punt).

Cal indicar en quins actes tindrà presència la marca i la menció que se'n farà.

5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (fins a 2 punts).

Cal indicar la xarxa, el perfil, nombre de seguidors, tipus de publicació (post, stories, reel, etc.), tipus de presència/menció de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" (contingut exclusiu sobre la destinació, logotip sobreimprès en el contingut de l'esdeveniment, etc.) i nombre de publicacions. Sense aquesta informació no es podran valorar aquestes accions de difusió.

6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les

seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (fins a 2 punts).

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant el suport i la ubicació prevista de la marca Costa Daurada, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional (cartells, díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (fins a 1 punt).

Cal indicar el suport, format (mida i ubicació) i nombre.

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

MITJANS GUANYATS (fins a 13 punts)

Valoració de la repercussió mediàtica de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre aconseguida a través de la comunicació de l'esdeveniment en canals de tercers.

8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (fins a 5 punts).

Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies generades durant els informatius i programes de televisió sobre l'esdeveniment esportiu en funció de l'audiència, la durada i la qualitat de l'exposició.

Cal indicar canal, programa, número de retransmissions previstes i durada aproximada de la retransmissió, tant en directe com en diferit, per poder valorar aquestes accions de difusió.

- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió locals – fins a 1 punt
- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió autonòmica o estatal – fins a 2 punts
- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió internacionals – fins a 2 punt

9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la

retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de “mosca”, en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (fins a 1 punt).

Cal indicar canal, número de retransmissions previstes i durada aproximada.

10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (fins a 3 punts).

Es valorarà especialment la menció expressa del nom de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre com a patrocinador oficial de l'esdeveniment i/o informació sobre la destinació. Cal indicar l'emissora, programa, nombre de mencions, durada i contingut.

- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio locals – fins a 1 punt
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio autonòmiques i estatals – fins a 1 punt
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio internacionals – fins a 1 punt

11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (fins a 3 punts).

Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies que han aparegut a la premsa i revistes, en funció de la mida de la notícia i la tarifa del mitjà de la publicació.

Es valorarà especialment la menció textual del nom de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre com a patrocinador oficial de l'esdeveniment i/o informació sobre la destinació. Cal indicar els suports, nombre de publicacions previstes per suport i espai dedicat al contingut (notícia breu, destacat, reportatge, etc.)

- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports locals – fins a 1 punt
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports autonòmics i estatals – fins a 1 punts
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports internacionals – fins a 1 punt

12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online, (inclosos els suports online de premsa escrita i xarxes socials) (fins a 1

punts). <i>Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies generades en mitjans online (web i xarxes socials), en funció de la l'audiència estimada a partir dels usuaris web.</i> <i>Es valorarà especialment la menció expressa del nom de la marca "Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre" com a patrocinador oficial de l'esdeveniment i/o informació sobre la destinació. Cal indicar els suports, nombre de publicacions previstes per suport i espai dedicat al contingut (notícia breu, destacat, reportatge, etc.)</i> MITJANS PAGATS (fins a 3 punts) <i>L'entitat sol·licitant haurà d'indicar <u>el detall de les accions de publicitat pagada que es preveuen dur a terme a qualsevol mitjà de comunicació.</u></i> 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (per exemple: espots televisius, falques radiofòniques, publicitat exterior, anuncis i/o publireportatges en premsa, publicitat en mitjans online, etc. (fins a 3 punts). <i>Cal indicar el nom del/s suport/s, el/els canal/s, programa (en el cas del canal TV), mida /porció, ubicació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre a través d'un esquema, i nombre d'insercions. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.</i>	
C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants i/o públic assistent. <i>Cal indicar la previsió del nombre de participants així com assistents a l'esdeveniment.</i>	Fins a 2 punts
D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre. <i>Cal detallar quin és l'abast de l'esdeveniment en els mercats estratègics de les marques Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre mitjançant el detall de la procedència dels participants i/o assistents i el públic destinatari de l'esdeveniment</i> *Mercats estratègics de les marques:	Fins a 5 punts

Marca “Costa Daurada”: Àmbit nacional: Aragó, País Basc, Comunitat de Madrid, Navarra, País Valencià. Àmbit internacional: França, Alemanya, Anglaterra, Irlanda, Benelux, Països Nòrdics. Marca “Terres de l'Ebre”: Àmbit nacional: Aragó, País Basc, Comunitat de Madrid, Navarra, País Valencià. Àmbit internacional: França, Benelux, Països Nòrdics, Europa Central Regne Unit i Irlanda.	
E. Criteris mediambientals i socials - Mesures de protecció del medi ambient en el marc de l'esdeveniment que permetin associar la marca a valors de defensa i protecció mediambientals (ex. implantació de mesures per a la reducció de residus, realització de l'esdeveniment en espais/èpoques que respectin la biodiversitat, ús de vehicles de baixes emissions, promoció de l'ús del transport públic entre el públic assistent, gestió de les invitacions i inscripcions per mitjans electrònics, etc.)(fins a 1 punt) - Mesures de caràcter social en el marc de l'esdeveniment que permetin associar la marca a valors d'integració i inclusió socials (ex. esdeveniments d'interès social i/o de caràcter solidari, inclusivament per a persones amb discapacitat, etc.) (fins a 1 punt). <i>Cal indicar les mesures previstes encaminades a protegir el medi ambient i generar impacte social.</i>	Fins a 2 punts

Només passaran a la fase de valoració de criteris automàtics aquelles ofertes que hagin obtingut una puntuació definitiva mínima de 24,5 punts.

LOT 12 A LOT 15

Criteris automàtics (fins 51 punts)

a) Oferta econòmica (fins a 26 punts)

Puntuació obtinguda = $26 * (\text{Import Base Licitació} - \text{Oferta que es valora}) / (\text{Import Base Licitació} - \text{Oferta més econòmica})$

Les ofertes amb preu igual al de licitació tindran 0 punts, mentre que l'oferta més baixa obtindrà 26 punts.

Baixa 0→ 0 punts
Baixa major→ 26 punts

S'estableix aquesta fórmula perquè permet una ponderació d'ofertes distribuint els punts de forma proporcional segons les diferències entre les ofertes de preu, a partir de l'oferta econòmica que hagi estat admesa i tenint en compte el pressupost net de licitació .

No s'acceptarà cap oferta econòmica que superi el pressupost base de licitació. Presentar una oferta de preu superior al pressupost base de licitació serà motiu d'exclusió del procediment de licitació.

- b) S'inclou el nom de la marca “Costa Daurada” o “Terres de l'Ebre” al nom de la instal·lació del club esportiu (10 punts).
- c) S'inclou la marca “Costa Daurada” o “Terres de l'Ebre” al nom del/s equip/s patrocinats (15 punts).

Criteri de judici de valor (fins 49 punts)

a) Proposta tècnica

CONTRAPRESTACIONS I RETORN ECONÒMIC DEL PATROCINI

Les contraprestacions han d'estar dirigides a donar visibilitat i fer difusió de la marca “Costa Daurada” i/o “Terres de l'Ebre”, i s'han de definir acuradament cadascuna d'elles en la descripció.

En la valoració del retorn econòmic de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre derivat de les accions proposades no es pot incloure les despeses de producció, que aniran a càrrec de l'adjudicatari

A tall d'exemple, oferir com a contraprestació “ mencions en les xarxes socials”, “ mencions en notes de premsa”, “ inserció de publicitat” no són suficients perquè no defineixen acuradament la contraprestació ni reflecteixen el nombre d'impactes ni la seva valoració econòmica. Per tant, és necessari que cadascuna de les contraprestacions estigui suficientment detallada i quantificada econòmicament ja que en cas contrari es valoraran amb 0 punts.

Criteris tècnics	Puntuació màxima
A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per a la marca “Costa Daurada” i/o “Terres de l'Ebre” (fins a 4 punts) Modalitats esportives prioritàries: Futbol, Pàdel, Bàsquet, Rem, Vela, BTT, Ciclisme en carretera, curses de muntanya.	4 punts

B. DIFUSIÓ DE LA MARCA Es tindrà en compte la ubicació estratègica i destacada de les marques i logotips de Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en cada acció de difusió del patrocini en els mitjans de comunicació i suports següents. MITJANS PROPIS (fins a 20 punts) Valoració de la repercussió mediàtica de les competicions del/s equip/s aconseguida mitjançant les activacions en els canals propis de l'equip: 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el <u>recorregut, recinte o instal·lacions esportives</u> (fins a 6 punts). Zones centrals del recorregut, recinte o instal·lacions esportives (exemples: pista de joc, pantalla del marcador, arc arribada/sortida, etc.) – fins a 5 punts Zones secundàries del recorregut, recinte o instal·lacions esportives – fins a 1 punts. <i>S'haurà d'adjuntar un plànol, dibuix o esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. <u>Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.</u></i> 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'<u>equipament</u> o altre (fins a 6 punts). - Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en la samarreta del/s equip/s dels participants (o equivalent segons la modalitat esportiva) a la part superior del tronc. – fins a 4 punts - Presència del logotip de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en l'equip del personal de l'organització – fins a 1 punts - Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en altre material vinculat al desenvolupament de la competició esportiva (per exemple: dorsals, embarcacions, vehicles, motxilles, etc.). – fins a 1 punts <i>S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. <u>Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.</u></i> 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en <u>zones estratègiques de comunicació</u> (sala de	Fins a 36 punts
--	-------------------------------

premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (fins a 2 punts).

- Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en la sala de premsa, zona d'atenció als mitjans i pòdium – fins a 1 punt

- Presència del logotip de la "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en altres zones vinculades amb la comunicació de la competició esportiva – 1 punt

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (fins a 1 punt).

Cal indicar en quins actes tindrà presència la marca i la menció que se'n farà.

5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (fins a 2 punts).

Cal indicar la xarxa, el perfil, nombre de seguidors, tipus de publicació (post, stories, reel, etc.), tipus de presència/menció de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" (contingut exclusiu sobre la destinació, logotip sobreimprès en el contingut de la competició, etc.) i nombre de publicacions. Sense aquesta informació no es podran valorar aquestes accions de difusió.

6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (fins a 2 punts).

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant el suport i la ubicació prevista de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre", amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional (cartells, díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (fins a 1 punt).

Cal indicar el suport, format (mida i ubicació) i nombre.

S'haurà d'adjuntar un esquema indicant la ubicació prevista de la marca, amb indicació de la mida o proporció que tindrà. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.

MITJANS GUANYATS (fins a 13 punts)

Valoració de la repercussió mediàtica de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre mitjançant la cobertura aconseguida a través de la comunicació de les competicions en canals de tercers.

8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (fins a 5 punts).

Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies generades durant els informatius i programes de televisió sobre les competicions esportives en funció de l'audiència, la durada i la qualitat de l'exposició.

Cal indicar canal, programa, número de retransmissions previstes i durada aproximada de la retransmissió, tant en directe com en diferit, per poder valorar aquestes accions de difusió.

- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió locals – fins a 1 punt
- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió autonòmica o estatal – fins a 2 punt
- Presència del logotip o menció de "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en mitjans de televisió internacionals – fins a 2 punt

9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming – (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre). (fins a 1 punts).

Cal indicar canal, número de retransmissions previstes i durada aproximada.

10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (fins a 3 punts).

Es valorarà especialment la menció expressa del nom de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre com a patrocinador oficial del/s

equip/s i/o informació sobre la destinació. Cal indicar l'emissora, programa/horari, nombres de falques, durada i contingut.

- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio locals – fins a 1 punts
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio autonòmiques i estatals – fins a 1 punts
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en mitjans de ràdio internacionals – fins a 1 punts

11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (fins a 3 punts).

Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies que han aparegut a la premsa i revistes, en funció de la mida de la notícia i la tarifa del mitjà de la publicació.

Es valorarà especialment la menció textual del nom de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre com a patrocinador oficial dels equip/s i/o informació sobre la destinació. Cal indicar els suports, nombre de publicacions previstes per suport i espai dedicat al contingut (notícia breu, destacat, reportatge, etc.)

- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports locals – fins a 1 punt
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports autonòmics i estatals – fins a 1 punts
- Menció a Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en suports internacionals – fins a 1 punt

12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online, (incloses els suports online de premsa escrita i xarxes socials (fins a 1 punts).

Mesura i valoració de la visibilitat de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre de les notícies generades en mitjans online (web i xarxes socials), en funció de la l'audiència estimada a partir dels usuaris web.

Es valorarà especialment la menció expressa del nom de la marca "Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre com a patrocinador oficial dels equip/s i/o informació sobre la destinació. Cal indicar els suports, nombre de publicacions previstes per suport i espai dedicat al contingut (notícia breu, destacat, reportatge, etc.)

MITJANS PAGATS (fins a 3 punts) L'entitat sol·licitant haurà d'indicar el detall de les accions de publicitat pagada que es preveuen dur a terme a qualsevol mitjà de comunicació. 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (per exemple: espots televisius, falques radiofòniques, publicitat exterior, anuncis i/o publireportatges en premsa, publicitat en mitjans online, etc. (fins a 3 punts). <i>Cal indicar el nom del/s suport/s, el/els canal/s, programa (en el cas del canal TV), mida/proporció i ubicació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre a través d'un esquema, i nombre d'insercions. Sense aquest document no es podran valorar aquestes accions de difusió.</i>	
C. Capacitat d'atraure públic assistent. <i>Cal indicar la previsió del nombre d'assistents a les diferents competicions.</i>	Fins a 2 punts
D. Capacitat de difondre la marca fora de la província Es tindrà en compte la capacitat de donar visibilitat a la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre per mitjà de la participació en competicions en territori nacional durant la temporada. Es valoraran especialment quan aquestes siguin en mercats estratègics per a la marca* (fins a 3 punts). Així mateix a efectes de valoració es tindrà en compte la capacitat de donar visibilitat a la marca per mitjà de la participació en competicions en territori internacional durant la temporada. Es valoraran especialment quan aquestes siguin en mercats estratègics per a la marca (fins a 2 punts). <i>Cal indicar l'abast de la competició en els mercats estratègics de les marques mitjançant el detall de la procedència dels participants i/o assistents com pel perfil de l'audiència (autonòmic, nacional i/o internacional).</i> *Mercats estratègics de les marques: Marca "Costa Daurada": Àmbit nacional: Aragó, País Basc, Comunitat de Madrid, Navarra, País Valencià. Àmbit internacional: França, Alemanya, Anglaterra, Irlanda, Benelux, Països Nòrdics.	Fins a 5 punts

Marca “Terres de l’Ebre”: Àmbit nacional: Aragó, País Basc, Comunitat de Madrid, Navarra, País Valencià. Àmbit internacional: França, Benelux, Països Nòrdics, Europa Central Regne Unit i Irlanda.	
E. Criteris mediambientals i socials: - Mesures de protecció del medi ambient en el marc de la participació del/s equip/s patrocinat/s en les competicions que permetin associar la marca a valors de defensa i protecció mediambientals (ex. implantació de mesures per a la reducció de residus, ús de vehicles de baixes emissions, promoció de l’ús del transport públic entre el públic assistent, etc.)(fins a 1 punt) - Mesures de caràcter social en el marc de la participació del/s equip/s patrocinat/s en les competicions que permetin associar la marca a valors d’integració i inclusió socials (ex. inclusió de persones amb discapacitat o risc d’exclusió social en els diferents actes dels equips, etc.) <i>Cal indicar les mesures previstes encaminades a protegir el medi ambient i generar impacte social.</i>	Fins a 2 punts

Només passaran a la fase de valoració de criteris automàtics aquelles ofertes que hagin obtingut una puntuació definitiva mínima de 24,5 punts.

9.- DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR PELS CANDIDATS

LOT 1 A LOT 11:

- a) PROPOSTA TÈCNICA PER VALORAR ELS CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR** d’acord amb el model que s’adjunta al Plec.
- b) OFERTA ECONÒMICA** d’acord amb el model que s’adjunta al Plec.

LOT 12 A LOT 15:

- a) PROPOSTA TÈCNICA PER VALORAR ELS CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR** d’acord amb el model que s’adjunta al Plec.

b) OFERTA ECONÒMICA d'acord amb el model que s'adjunta al Plec.

SERÀ MOTIU D'EXCLUSIÓ:

- Detallar en la proposta tècnica el nom de l'esdeveniment i/o de l'equip objecte del Patrocini atès que és objecte de valoració en el criteris d'adjudicació automàtics (sobre núm. 3 – Oferta econòmica).
- La falta de presentació de la valoració econòmica prevista del retorn econòmic de la marca
- La presentació d'una valoració econòmica prevista del retorn econòmic de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre inferior al mínim requerit en els Plecs de prescripcions tècniques.
- La falta d'indicació del lloc on es realitzarà l'esdeveniment, així com la realització fora de la província de Tarragona.

10.- PARÀMETRES PER DETERMINAR EL CARÀCTER ANORMALMENT BAIX DE L'OFERTA EN EL SEU CONJUNT

En aquest procediment es podrà considerar que una oferta econòmica es anormal o desproporcionada en els supòsits següents:

- Si concorre una empresa licitadora, es considera que l'oferta és anormal si compleix els dos criteris següents:
 - Que l'oferta econòmica sigui un 25% més baixa que el pressupost de licitació.
 - Que la puntuació que li correspongui en la resta de criteris d'adjudicació diferents del preu sigui superior al 80% de la puntuació total.
- Si concorren dues empreses licitadores, es considera oferta anormal la que compleixi el criteri següent:
 - Que la puntuació total que li correspongui en la suma de punts de tots els criteris d'adjudicació sigui superior en més d'un 20% a la puntuació total més baixa.
- Si concorren tres o més empreses licitadores, es considera oferta anormal la que compleixi un dels dos criteris següents:
 - Quan no hi ha cap puntuació per sota del 90% de la mitjana aritmètica de totes les puntuacions: Que la puntuació de la oferta sigui superior en més d'un 10% a la mitjana aritmètica de totes les puntuacions.
 - Quan hi ha puntuacions per sota del 90% de la mitjana aritmètica de totes les puntuacions: Que, un cop excloses les puntuacions inferiors al 90% de la mitjana aritmètica de totes les puntuacions, la puntuació de la oferta sigui superior en més d'un 10% a la mitjana aritmètica de les puntuacions que no han estat excloses.

11.- SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

El licitador haurà d'acreditar estar en possessió d'una pòlissa d'assegurança de responsabilitat civil per l'import mínim següent:

Lot 1 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 96.800,00 €

Lot 2 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 84.700,00 €

Lot 3 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 78.650,00 €

Lot 4 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 72.600,00 €

Lot 5 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 72.600,00 €

Lot 6 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 72.600,00 €

Lot 7 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 60.500,00 €

Lot 8 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 48.400,00 €

Lot 9 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 36.300,00 €

Lot 10 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 30.250,00 €

Lot 11 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 24.200,00 €

Lot 12 Patrocini d'equips esportius: 211.750,00 €

Lot 13 Patrocini d'equips esportius: 121.000,00 €

Lot 14 Patrocini d'equips esportius: 78.650,00 €

Lot 15 Patrocini d'equips esportius: 72.600,00 €

Mitjans d'acreditació: S'entendrà complert pel licitador que incorpori en la seva oferta un compromís de subscripció de l'assegurança i posteriorment amb l'acreditació de la seva constitució per mitjà de certificat expedit per l'assegurador, en el qual constin els imports i riscos assegurats i la data de venciment de l'assegurança, i mitjançant el document de compromís vinculant de subscripció, pròrroga o renovació de l'assegurança, en els casos en què procedeixi

12.- SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

Per al LOT 1 al LOT 11 es requereix haver realitzat un mínim de dos esdeveniments esportius similars a l'esdeveniment pel qual se sol·licita el patrocini organitzats durant els tres (3) últims anys.

Per al LOT 12 al LOT 15 es requereix haver participat en competicions esportives oficials realitzades en els últims tres (3) anys.

S'haurà d'aportar un dossier on s'indiqui la data, les característiques principals de l'esdeveniment/s organitzats o competició/ons en què s'ha participat i tots aquells elements que acreditin el ressò de l'esdeveniment o activitat del/s equip/s esportiu.

Per a les empreses de nova creació la solvència tècnica consistirà en una declaració on s'indiqui la maquinària, material i equip tècnic de què es disposarà per a l'execució

dels treballs o prestacions, a la qual s'adjuntarà la documentació acreditativa pertinent quan sigui requerit pels serveis dependents de l'òrgan de contractació.

Motivació: garantir que el licitador disposa dels mitjans i la capacitat organitzativa per donar visibilitat i difondre les marques Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre.

13.- MODIFICACIONS

No se'n preveuen.

14.- GARANTIA

Els adjudicataris hauran de constituir una garantia definitiva del 5% del preu final ofert (IVA exclòs) mitjançant alguna de les fórmules previstes a l'art. 108.1 de la LCSP.

Aprovada la liquidació del contracte i transcorregut el termini de garantia, si no en resulten responsabilitats, es tornarà la garantia constituïda o es cancel·larà l'aval o assegurança de caució.

El termini de garantia establert per cada lot, és el següent:

Lot 1 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 2 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 3 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 4 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 5 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 6 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 7 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 8 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 9 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 10 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 11 Patrocini d'esdeveniment esportiu: 6 mesos

Lot 12 Patrocini d'equips esportius: 1 any

Lot 13 Patrocini d'equips esportius: 1 any

Lot 14 Patrocini d'equips esportius: 6 mesos

Lot 15 Patrocini d'equips esportius: 6 mesos

15. CAUSES D'INCOMPLIMENT

Quan l'adjudicatari, per causes imputables a aquest, compleixi parcialment o defectuosament el contracte, es podrà optar, segons el cas, entre la resolució del contracte o la imposició de les penalitats previstes a l'apartat 17.

Resolució del contracte

S'optarà per la resolució del contracte quan es doni qualsevol de les causes previstes als articles 211 i 313 LCSP i, en especial, quan s'incompleixi qualsevol de les causes de resolució següents:

- L'obtenció d'un retorn econòmic de la marca inferior al 70% del retorn mínim requerit. Conseqüentment, en cas d'obtenir un retorn econòmic de la marca inferior al 70% del mínim requerit, es procedirà a la resolució del contracte.
- La presentació de la documentació prevista a l'apartat 5.1 del plec de prescripcions tècniques relatiu a l'acreditació de les contraprestacions. La manca de presentació d'aquesta documentació serà causa de resolució del contracte.
- Haver estat beneficiari pel mateix objecte d'una subvenció de la Diputació de Tarragona i /o els seus Organismes Autònoms i no haver renunciat expressament a aquesta. El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona comprovarà que es compleix aquest requisit.

16. PENALITATS

Serà motiu de penalització:

Obtenir un retorn econòmic de la marca d'entre el 70% i el 99% ambdós inclosos.

S'estableix una penalització de l'1% del preu del contracte per cada 1% de retorn inferior al mínim requerit, fins a un màxim d'un 30%.

La penalització s'haurà de fer efectives mitjançant descompte en l'abonament de la factura abans d'IVA del contracte, previ tràmit d'audiència, i un cop acordada per l'òrgan de contractació.

17. DADES DE 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: GE0001138

La factura serà validada pel responsable del contracte.

18.- RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Marta Farrero Muñoz, Cap de l'Organisme Autònom Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE 6EFC43CD46D3413FBA30CDF4821FCA8F i data d'emissió 21/05/2025 a les 12:18:58