



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DE PATROCINI PUBLICITARI AMB CLIPPERS LIVE, SL, DEL FESTIVAL DE CAP ROIG EN L'EDICIÓ DE 2025 MITJANÇANT LA DIFUSIÓ DE LA IDENTIFICACIÓ VISUAL D'UNA MARCA INSTITUCIONAL DE LA DIPUTACIÓ DE GIRONA I/O DE QUALSEVOL DE LES ENTITATS DEL SEU SECTOR PÚBLIC

(Exp. 2025/3846)

1. OBJECTE

L'objecte del contracte és el patrocini publicitari de la marca institucional i en especial la marca Costa Brava Pirineu de Girona / Costa Brava Girona Festivals, en el Festival de Cap Roig en l'edició del 2025, el qual té lloc durant els mesos de juliol i agost.

Aquest patrocini no té caràcter d'exclusiu.

2. CONTRAPRESTACIONS PUBLICITÀRIES

Les actuacions del patrocini publicitari de l'edició del 2025 s'han de realitzar d'acord amb la descripció següent:

2.1 Rodes de premsa.

Imatge visual de la Diputació de Girona i de la marca "Costa Brava Girona Festivals" del Patronat de Turisme Costa Brava Girona a la roda de premsa del festival i als enviaments de notes de premsa i foto-notícies.

2.2 Xarxes socials.

Presència i menció de la Diputació de Girona i del Patronat de Turisme Costa Brava Girona en els mitjans socials del festival amb:

- Facebook 11 post
- Instagram 11 post
- X (Twitter) 8 post

Caldrà etiquetar els comptes de les diferents institucions @diputaciogirona, @costabravapirineu.

2.3 Senyalètica.

Presència del logotip de la Diputació de Girona i de la marca Costa Brava Girona Festivals del Patronat de Turisme Costa Brava a la torreta d'entrada al festival.





2.4 Premsa escrita.

Inserció del logotip de la Diputació de Girona i de la marca “Costa Brava Girona Festivals” del Patronat de Turisme Costa Brava Girona en les insercions publicitàries que anuncien el Festival: La Vanguardia (9 pàgines), El Periódico (3 pàgines), Diari de Girona (10 pàgines), Punt Avui (1 pàgines), Diari Ara (1 pàgina), Diari de Sabadell (1 pàgina), Diari de Terrassa (1 pàgina), així com a les revistes: Enderrock (1 pàgina), RACC (1 pàgina).

2.5 Offline

Presència del logotip de la Diputació de Girona i de la marca “Costa Brava Girona Festivals” del Patronat de Turisme Costa Brava Girona a la publicitat a autobusos de Barcelona i Costa Brava durant els mesos de juny i juliol, així com a mupis a la Costa Brava i a vàries ubicacions a Barcelona. Es complementa amb cartellera a Barcelona (1.500 unitats).

2.6 Online.

Presència de la Diputació de Girona, i de la marca “Costa Brava Girona Festivals” del Patronat de Turisme Costa Brava Girona com a patrocinadors al footer de la pàgina web, a l'apartat de patrocinadors on els logotips tenen un hipervincle a les respectives webs: www.ddgi.cat i www.costabrava.org i al pdf de les entrades.

Presència del logotip de la Diputació de Girona i/o el d'alguna de les entitats del seu sector públic (Patronat de Turisme Costa Brava Girona o la marca “Costa Brava Girona Festivals”) en les newsletters enviades pel festival al públic final

Presència del logotip de la Diputació de Girona i/o el d'alguna de les entitats del seu sector públic (Patronat de Turisme Costa Brava Girona o la marca “Costa Brava Girona Festivals”) als PDFs de les entrades dels concerts.

2.7 Presència de marca.

Cessió dues fotos d'alta resolució (300 dpi) de l'edició de cada Festival, lliures de drets per a la utilització de la Diputació i els seus ens autònoms.

Possibilitat d'utilitzar el logotip del Festival per part de la Diputació de Girona en els seus mitjans, sempre sota la supervisió d'aquest.

2.8 Material promocional.

Enviament a festivals@costabrava.org un arxiu PDF del cartell definitiu del Festival per utilitzar-lo en els canals de promoció/xarxes socials del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.





3. DOSSIER DE RESULTATS

L'empresa adjudicatària haurà de presentar una memòria dels resultats a l'acabament del Festival de Cap Roig que reculli la informació sobre la realització de l'activitat, i el retorn de la inversió, la justificació del grau d'impacte real de l'esdeveniment d'acord amb les contraprestacions publicitària acordades.

4. FUNCIONS DE SUPERVISIÓ I SEGUIMENT DE L'EXECUCIÓ

Les funcions a realitzar del responsable del contracte, amb la col·laboració i revisió per part del cap de Màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, són les següents:

- Verificar el compliment contractual per part del patrocinador i patrocinat.
- Verificar l'ús correcte de la imatge i marca corporativa.
- Identificar desviacions o incompliments i coordinar les correccions.
- Mantenir un canal de comunicació fluït amb la part patrocinada per resoldre dubtes en l'execució del contracte.

