



CONSORCI DE POLÍTQUES AMBIENTALS
DE LES TERRES DE L'EBRE

Plec de prescripcions tècniques per a procedir a la contractació del servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d'una estratègia de difusió d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

Pla per la desnuclearització en la transició energètica justa i el desenvolupament socioeconòmic – Finançat per la Generalitat de Catalunya – Fons de Transició Nuclear – Anualitat 2023

Subprojecte: PLA DE COMUNICACIÓ I FOMENT DE LA TRANSFERÈNCIA DE CONEIXEMENT EN L'ÀMBIT DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LES TERRES DE L'EBRE

Entitat executora: Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre

Expedient: 204/2025

Valor base del contracte: 50.550,00 €

Valor total: 61.165,50 €

Partida pressupostària: 2025.FTN.170.22602

Durada: 6 mesos

Responsable Contracte: Àrea de la Reserva de la Biosfera

Taula de continguts

1.	INTRODUCCIÓ	2
2.	ANTECEDENTS	2
3.	CARACTERÍSTIQUES DEL CONTRACTE	3
4.	ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES I RESULTATS A LLIURAR	3
5.	SERVEIS ASSOCIATS AL PROJECTE	6
6.	PAGAMENT	8
7.	MITJANS HUMANS	8
8.	SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DEL SERVEI	9
9.	OBLIGACIONS DEL COPATE	10
10.	PRESSUPOST DE LICITACIÓ	11
	Annex I: <i>Briefing</i> campanya de publicitat institucional	14
	Annex II. Fitxa de presentació de l'oferta	22
	Annex III. Declaració responsable d'adscripció de mitjans personals	24
	Annex IV. Manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.	25



1. INTRODUCCIÓ

Aquest document correspon al plec de prescripcions tècniques per a la contractació d'un servei de conceptualització, creativitat, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, emmarcada en el Pla de comunicació i foment de la transferència de coneixement en l'àmbit de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

La marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, impulsada pel COPATE, té per objectiu identificar els productes agroalimentaris i artesanals, i els serveis turístics i de restauració acreditats sota aquest distintiu, essent, en aquest sentit, una eina important en l'estratègia de valorització del producte local de qualitat. Així mateix, també contribueix al posicionament del territori com a destí turístic identificat amb els valors universals de desenvolupament sostenible que encarna la Reserva de la Biosfera. Per tant, resulta de vital importància dur a terme accions que contribueixin a la visibilitat i a l'increment de la notorietat de la marca, així com a la identificació de la població local amb aquesta.

Aquest procediment de contractació s'emmarca en el Pla per la desnuclearització en la transició energètica justa i el desenvolupament socioeconòmic, finançat al 100% per la Generalitat de Catalunya amb el Fons de Transició Nuclear i concedit al Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre.

2. ANTECEDENTS

En data 13/09/2024 el COPATE va presentar una sol·licitud de subvenció directa a càrrec dels Fons de Transició Nuclear (en endavant FTN) per un import de 4.011.624.36 €. En la mateixa sol·licitud presenta dues propostes independents: (I) el Pla d'actuacions per impulsar la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre i (II) l'Smart Rural Ebreterritori – Electromobilitat

En el marc de Pla d'actuacions per impulsar la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, es preveu un Pla de comunicació i foment de la transferència de coneixement, dissenyat per oferir suport logístic per a l'adquisició i transferència de coneixement en l'àmbit territorial de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, enfortir l'estratègia de comunicació per posicionar correctament la marca, millorar la sensibilització de la població resident envers els valors inherents a aquesta distinció i assessorar les empreses acreditades perquè puguin incorporar eines per millorar la sostenibilitat dels seus processos productius.

La proposta contempla cinc actuacions: (1) comunicació i màrqueting de la marca Reserva de la Biosfera, (2) formació i campanyes de comunicació i sensibilització, (3) suport a la sostenibilitat del turisme, millora del patrimoni cultural i del paisatge: senyalització, (4) Pla Firal de la Reserva de la Biosfera, i (5) Pla de Gestió de la Reserva de la Biosfera. El cost de les actuacions s'ha estimat en 520.300,00 euros



El 23 de desembre de 2024, el Govern autoritza la concessió de la subvenció sol·licitada per un import de 4.011.624,36 euros.

3. CARACTERÍSTIQUES DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquesta contractació és servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d'una estratègia de difusió d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre, en el marc del Pla de comunicació i foment de la transferència de coneixement en l'àmbit de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre. Així mateix, el contingut dels serveis a prestar queden detallats en el punt 5 d'aquest Plec de prescripcions tècniques.

La creació de continguts audiovisuals per a la seva difusió en mitjans de comunicació i xarxes socials és essencial per posicionar adequadament la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre. Aquests continguts no només milloren el reconeixement, projecció i visibilitat de la marca, sinó que també tenen un paper crucial en la promoció dels valors i atractius del territori.

La difusió d'aquests materials ha de servir com a estímul per augmentar la demanda dels productes i serveis acreditats amb la marca Reserva de la Biosfera. A més, una major visibilitat i reconeixement de la marca pot atraure nous visitants i inversors, contribuint a la dinamització econòmica del territori. Aquestes accions de comunicació i promoció també tenen un impacte positiu en el teixit empresarial i econòmic de la zona. Enforteixen les empreses locals, fomenten la creació de llocs de treball i ajuden a fixar la població al territori, evitant el despoblament. A més, contribueixen a la consolidació d'un model de desenvolupament sostenible que és promogut i abanderat per la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

En resum, la inversió en la creació i difusió de continguts audiovisuals és una estratègia clau per assegurar el creixement i la sostenibilitat del territori, reforçant la seva identitat i potenciant els seus recursos naturals, culturals i econòmics.

4. ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES I RESULTATS A LLIURAR

La campanya haurà d'incloure, **com a mínim**, els següents elements:

- **1 creativitat genèrica** en la que es desenvolupi el **concepte general de la campanya**, formulat a partir de les indicacions del *briefing* que s'inclou en l'annex I del Plec de prescripcions tècniques d'aquesta licitació, en els formats adaptats als mitjans i suports indicats a continuació.
- **4 creativitats temàtiques o específiques** concebudes per fer incís en aquells aspectes particulars que configuren i defineixen el concepte Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre i que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya, en els formats adaptats als mitjans i suports indicats a continuació.



- **Proposta d'una estratègia de difusió** dels materials creats, dissenyada per tal de garantir l'assoliment dels objectius comunicatius de la campanya. La proposta, que haurà d'abastar el període d'un any, inclourà la descripció detallada de les accions, cronograma i pressupost orientatiu de cadascuna d'elles. Els preus descrits hauran de ser ajustats al mercat i el cost total de les accions proposades no podrà excedir el 40% del valor estimat d'aquest contracte.

La proposta podrà incloure **l'estratègia de comunicació que es pugui dur a terme mitjançant les diferents xarxes socials**, de manera simultània a les campanyes en TV i premsa escrita i digital, per tal d'incrementar l'impacte global.

En qualsevol cas, l'empresa contractista podrà proposar un nombre major de creativitats que contribueixin a assolir en major mesura els objectius de la campanya, en els termes previstos en el Plec de clàusules administratives d'aquesta licitació

Els **canals i suports** que es contemplen per articular la campanya són:

I. Mitjans audiovisuals

- 1 espot d'una durada d'entre 2 i 3 minuts amb el concepte general de la campanya.
- 4 espots d'una durada d'entre 20 i 30 segons de caire temàtic, per fer incís en aquells aspectes particulars que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya.

En els diàlegs i les veus en *off* de tots els espots s'utilitzarà el dialecte septentrional – tortosí del català.

Tots els espots hauran d'incorporar subtítols en català i incorporar versions amb subtítols en castellà, anglès i francès.

Les peces produïdes es lliuraran en format FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, RM, MOV i WMV. L'empresa adjudicatària lliurará tots materials bruts de càmera (arxius RAW) obtinguts en el procés d'enregistrament de vídeo i fotografia.

II. Mitjans impresos

El format serà la plana a color i es disposarà, com a mínim, de les següents creativitats diferenciades:

- 1 creativitat amb el concepte general de la campanya.
- 4 creativitats de caire temàtic, per fer incís en aquells aspectes particulars que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya



Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

Per cada creativitat, caldrà presentar una proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (1/2 pàgina).

El formats dels màster en obert dels anuncis per als mitjans impresos poden ser: *Indesing (en format idml)*, preferentment, o bé en *pdf*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

III. Mitjans digitals

- Adaptacions de les creativitats gràfiques descrites en el punt II als formats *Medium Rectangle* (300 × 250 px), *Mobile Leaderboard* (320 × 50 px), *Large Rectangle* (336 × 280 px), *Half Page / Large Skyscraper* (300 × 600 px), *Leaderboard* (728 × 90 px) i formats adaptatius (1200 x 628 px i 1200 x 1200 px)
- Adaptacions de les peces descrites en el punt I per a canals online amb la creativitat i missatges de la campanya. Alhora, es requereix el màxim d'adaptació possible per distingir els vídeos per a TV i els vídeos per a ús *online*. Amb aquest criteri es busca adaptar el màxim possible els continguts als formats i tendències dels mitjans *online*.

Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

El formats dels màster en obert dels anuncis per internet seran preferiblement: *.psd* o *.ai*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

En cas de ser necessari i a petició del COPATE, l'empresa adjudicatària realitzarà les adaptacions necessàries dels materials produïts a formats no previstos amb l'objectiu de garantir una inserció òptima d'aquests continguts en mitjans digitals.

IV. Suports publicitaris exteriors estàndards

Adaptacions de les diferents creativitats als formats de suports exteriors estàndard: OPI (format 120 x 175 cm), cartell estàndard (format DIN A1 i DIN A0), banderola (format 50 x 150 cm o 60 x 180 cm) i tanca publicitària (format 8 x 3 m)

Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

El formats dels màster en obert dels anuncis per als suports exteriors estàndard poden ser: *Indesing (en format idml)*, preferentment, o bé en *pdf*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

En cas de ser necessari i a petició del COPATE, l'empresa adjudicatària realitzarà les



adaptacions necessàries dels materials produïts a formats no previstos amb l'objectiu de garantir una aplicació òptima d'aquests.

Canal de lliurament dels materials

Quan els materials estiguin produïts, aprovats i llestos per a la seva inserció als mitjans, el seu lliurament es realitzarà mitjançant l'enviament d'un correu electrònic a l'adreça indicada a aquests efectes, així mateix, en cas de ser necessari, també es podran lliurar mitjançant enllaç a una plataforma d'intercanvi d'arxius o a través de sistemes alternatius consensuats amb el COPATE.

En cas que així s'indiqui, els lliurament es podran fer directament a l'empresa que gestioni les insercions als mitjans, sempre amb còpia al COPATE.

En el cas dels materials bruts de càmera (arxius RAW) es lliuraran mitjançant la formula consensuada entre el COPATE i l'empresa contractista, en funció de les circumstàncies.

5. SERVEIS ASSOCIATS AL PROJECTE

Són tots aquells serveis imprescindibles i necessaris que l'empresa contractista haurà de dur a terme per garantir l'assoliment de l'objecte del contracte i que es concreten en:

1. **Definició de la idea i conceptualització de la proposta creativa de la campanya de publicitat** a partir del *briefing* de l'annex I i de manera consensuada amb els tècnics de la Reserva de la Biosfera del COPATE .
2. **Producció de totes les peces de la campanya per a la seva difusió.** Els serveis a prestar en aquest àmbit, en cadascun dels canals són:
 - a) **Espots:**
 - Definició del guió gràfic degudament desenvolupat, l'escaleta i la identificació dels elements que intervenen en l'espot i el guió per la locució.
 - Elecció del càsting, localitzacions, etc.
 - Definició del pla de rodatge.
 - Gestió dels permisos, en cas que es necessitin.
 - Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions, vídeos i música i pagament dels seus drets.
 - Enregistrament dels vídeos o muntatges de les imatges d'arxiu o animació de les il·lustracions.
 - Subtítols en català, castellà, anglès i francès, segons les indicacions.
 - Edició, producció i postproducció dels vídeos per a la seva difusió a televisió i cinema i les adaptacions pertinents per a internet i xarxes socials.



b) Mitjans impresos:

- Creativitat i màster dels originals.
- Gestió dels permisos, en cas que es necessitin.
- Presa i edició d'imatges.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- Producció de les peces.

A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

c) Mitjans digitals (baners display estàtics i animats, formats *richmedia* i anuncis per a xarxes socials):

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat digital.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- Animació de les imatges o il·lustracions, si és necessari.
- Producció de les peces.

A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

d) Anunci gràfic per al mitjà exterior (opis, cartells, banderoles i tanques):

- Creativitat i màsters d'originals per a suports de publicitat exterior.
- Presa i edició d'imatges.
- Cerca, selecció i compra d'imatges, producció o compra d'il·lustracions i pagament dels seus drets.
- Producció de les peces.

A partir de la idea creativa aprovada, s'haurà de lliurar un màster en obert de cadascuna de les versions de l'anunci.

3. Definició de l'estratègia de difusió i de coordinació amb les xarxes socials.

- Disseny de la proposta de difusió, tenint en compte les indicacions.
- Disseny de l'estratègia de coordinació amb les xarxes socials.



6. PAGAMENT

L'abonament dels treballs realitzats per l'empresa adjudicatària es farà mitjançant 2 pagaments degudament conformats pel responsable del contracte. Es compliran els següents terminis de pagament:

(1er pagament):

- Un 60% del preu total adjudicat, en el moment de l'entrega del material per al llançament de la campanya, tenint en compte el termini previst.

(2n pagament):

- El 40% restant, a l'entrega de la darrera de les creativitats, tenint en compte les previstes inicialment i aquelles d'addicionals que s'hagin pogut ofertar. Aquestes entregues, en cap cas, podran estendre's més enllà de la durada prevista del contracte.

Els treballs executats per l'empresa adjudicatària, modificant els prescrits en aquest Plec de prescripcions tècniques, sense autorització prèvia i expressa pel responsable del contracte, no són de rebuda i, per tant, no seran abonats.

Per procedir amb els pagaments serà necessari presentar una factura electrònica a través de la plataforma eFACT, on s'estableixi clarament el concepte que genera el pagament i on hi haurà de constar també:

“L'objecte d'aquest contracte està finançat al 100% pel Fons de Transició Nuclear a través del programa Pla per la desnuclearització en la transició energètica justa i el desenvolupament socioeconòmic, gestionat pel COPATE”.

7. MITJANS HUMANS

Per poder executar el projecte d'acord amb les indicacions tècniques d'aquests plecs, l'empresa contractista es compromet a adscriure a l'equip tècnic, directament o mitjançant subcontractació, els càrrecs que compleixin amb els requisits establerts a continuació, i a mantenir-los durant tota la seva vigència, tret de raó justificada i acceptada prèviament i explícita per part del COPATE. Els perfils professionals requerits són:

- **Un/a responsable creatiu o creativa** amb titulació universitària o equivalent en Publicitat, Comunicació, Disseny, Arts Visuals o similars.

Aquesta persona haurà d'acreditar una experiència mínima de 5 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional i la participació en almenys 3 campanyes de característiques similars, desenvolupant tasques de direcció i conceptualització.

- **Un/a responsable de disseny** amb titulació en Disseny Gràfic, Belles Arts o equivalents.



Aquesta persona haurà d'acreditar una experiència mínima de 3 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional i la participació en almenys 3 campanyes de característiques similars, duent a terme tasques de desenvolupament gràfic.

- **Un/a productor/a executiu/va** amb titulació universitària o equivalent en l'àmbit de la comunicació audiovisual, producció, gestió de projectes o similar.
Aquesta persona haurà d'acreditar una experiència mínima de 3 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional i la participació en almenys 3 campanyes de característiques similars, duent a terme tasques de gestió de producció i execució de projectes de comunicació o audiovisuals.
- **Un/a responsable de producció** amb titulació de grau mitjà o superior en Producció Audiovisual o similars, o experiència contrastada equivalent.
Aquesta persona haurà d'acreditar una experiència mínima de 3 anys en organització de rodatges, contractació de recursos i gestió logística de projectes audiovisuals i la seva participació com a responsable de producció en almenys 5 espots o campanyes audiovisuals.

En aplicació de l'article 76.2 de la LCSP, els licitadors, a més d'acreditar la seva solvència tècnica, hauran de presentar un compromís d'adscripció permanent a l'equip d'execució ofert d'aquest contracte durant la totalitat de la seva vigència del responsable creatiu/va, responsable de disseny, productor executiu/va i responsable de producció, que necessàriament han de complir amb els requisits establerts en el model que figura a l'Annex 3 del PPTP.

La declaració responsable del personal adscrit al contracte es farà tal com marca la fitxa de l'Annex 3 del PPTP.

8. SEGUIMENT I CONTROL DE L'EXECUCIÓ DEL SERVEI

Representant de l'empresa contractista davant del COPATE

L'empresa adjudicatària haurà de designar una persona responsable de l'empresa davant del COPATE, fent constar el nom i cognoms, càrrec, correu electrònic i telèfon de contacte.

Durant l'execució del contracte, aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa contractista i els responsables del COPATE i coordinar-se amb aquestes en aquelles qüestions que siguin escaients. Com a representant de l'empresa contractista, aquesta persona durà a terme el seguiment i control de l'execució del contracte a nivell econòmic i tècnic; vetllarà per la resolució de les incidències que puguin sorgir, així com pel lliurament de la informació i documentació que el COPATE sol·licita a l'empresa en relació amb l'execució d'aquest contracte.



L'empresa adjudicatària prestarà els seus serveis amb la màxima diligència, cura, eficàcia, atenció i capacitat professional de que sigui capaç, assumint quantes responsabilitats li siguin exigibles d'acord amb les normes professionals reconegudes. També garantiran la correcta qualitat i la realització puntual de totes les actuacions detallades a aquests plecs.

L'empresa adjudicatària haurà de comunicar immediatament, en tot cas i per escrit, al COPATE, qualsevol circumstància o anomalia durant tot temps legal de prestació dels serveis, que suposi un risc d'incompliments del contracte.

L'empresa adjudicatària haurà de:

- Actuar en tot moment com a salvaguarda dels interessos del COPATE, i com a tal, no podrà representar cap interès d'altres empresaris o proveïdors.
- Cooperar en tot moment amb el COPATE o amb qualsevol persona designada, per tal d'assegurar que tots els treballs siguin desenvolupats amb diligència i de manera eficaç.
- Responsabilitzar-se dels accidents que puguin ocórrer al seu propi personal durant l'execució dels seus treballs.

Correcció lingüística, ús del català i d'un llenguatge inclusiu i no sexista.

L'empresa contractista assumeix el compromís de fer ús del català en tota la documentació referida a aquesta licitació així com en les comunicacions amb el COPATE. Altrament, s'obliga a garantir la correcció lingüística dels continguts creats en el marc del contracte, així com a fer ús, en tot moment, d'un llenguatge inclusiu i no sexista.

9. OBLIGACIONS DEL COPATE

El COPATE facilitarà a l'adjudicatari totes les dades i documents necessaris que estiguin al seu abast per al desenvolupament del projecte.

El COPATE nomenarà un representant/a com a coordinador/a o interlocutor/a de treball amb l'empresa adjudicatària. De manera que, l'empresa adjudicatària dirigirà les seves comunicacions a la persona representant del COPATE, si bé quan el COPATE ho consideri necessari, requerirà al coordinador/a del projecte perquè informi degudament en la forma i abast que se li requereixi.

El COPATE podrà delegar en les persones tècniques qualificades que consideri oportunes, per tal que complementin les tasques de supervisió i acompanyament del projecte.



10. PRESSUPOST DE LICITACIÓ

1.1 Valor estimat del contracte i pressupost de licitació

VEC	IVA 21%	Pressupost màxim de licitació
50.550,00€	10.615,50€	61.165,50€

1.2 Determinació dels costos

Els costos proposats per a la conceptualització, creativitat, disseny, producció audiovisual i adaptacions gràfiques de la campanya han estat estimats atenent a tres criteris bàsics: l'ajust als preus de mercat del sector audiovisual i publicitari a Catalunya, la complexitat tècnica i narrativa del projecte, i l'optimització de recursos per maximitzar l'impacte de la campanya amb el mínim de duplicació de costos.

Les tarifes horàries aplicades oscil·len entre els 45 € i els 90 € per hora, depenent del perfil professional. Aquesta forquilla es troba plenament alineada amb les referències salarials recollides al Conveni Col·lectiu Estatal de la Producció Audiovisual, però també amb els barems habituals del mercat quan es treballa amb perfils freelance o sènior.

Així mateix, els costos estimats estan en la línia de preus de campanyes de comunicació similars promogudes per altres institucions.

La composició dels costos de les diferents peces ha estat determinada de la següent manera:



Producció espot principal (2-3')			
	preu / hora	hores	cost
despeses mà d'obra			
Desenvolupament proposta creativa	80,00 €	30	2.400,00 €
Elaboració guió literari	45,00 €	15	675,00 €
Elaboració guió tècnic i storyboard	45,00 €	15	675,00 €
Producció del projecte	65,00 €	60	3.900,00 €
Direcció - Direcció de fotografia	90,00 €	40	3.600,00 €
Producció de camp	45,00 €	40	1.800,00 €
Direcció d'art	50,00 €	15	750,00 €
Postproducció	60,00 €	50	3.000,00 €
			16.800,00 €
despeses materials i serveis			
Contractació actors i actrius			3.500,00 €
Equip de rodatge			3.800,00 €
Serveis dron			2.000,00 €
Atrezzo			600,00 €
Traducció de textos i veus en off			900,00 €
Música i sonorització			1.600,00 €
			12.400,00 €
Total producció espot principal (2-3')			29.200,00 €

Adaptació - producció espots 20-30" (4 unitats)			
	preu / hora	hores	cost
despeses mà d'obra			
Desenvolupament proposta creativa	60,00 €	20	1.200,00 €
Elaboració guió literari	45,00 €	20	900,00 €
Elaboració guió tècnic i storyboard	45,00 €	20	900,00 €
Postproducció	55,00 €	50	2.750,00 €
			5.750,00 €
despeses materials i serveis			
Traducció de textos i veus en off			900,00 €
Música i sonorització			1.600,00 €
			2.500,00 €
Total adaptació - producció espots 20-30" (4 unitats)			8.250,00 €
Total unitari			2.062,50 €



Adaptació a mitjans impresos i digitals, i suports publicitaris (5 unitats)			
	preu / hora	hores	cost
Proposta de disseny i disseny de les adaptacions	80,00 €	60	4.800,00 €
Fotografia i retoc	75,00 €	30	2.250,00 €
Producció	75,00 €	70	5.250,00 €
Total adaptació a mitjans impresos i digitals, i suports publicitaris (5u.)			12.300,00 €
	Total unitari		2.460,00 €

Estratègia de difusió			
	preu / hora	hores	cost
Disseny estratègia de difusió	80,00 €	10	800,00 €
Estratègia de difusió			800,00 €

Cost total de la campanya	50.550,00 €
21% IVA	10.615,50 €
Cost (IVA inclòs)	61.165,50 €

1.3 Estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera

El present contracte s'emmarca en el Pla per la desnuclearització en la transició energètica justa i el desenvolupament socioeconòmic, finançat al 100% per la Generalitat de Catalunya, amb els Fons de Transició Nuclear.

El contracte s'assigna a la següent partida pressupostària del COPATE: FTN.170.22602 (Publicitat i difusió FTN)



Annex I: *Briefing* campanya de publicitat institucional

1. Antecedents
2. Objectius
3. Missatge de campanya
4. Públic objectiu
5. To i estil de la campanya
6. Elements de la comunicació
7. Peces de la campanya
8. Calendari

1. Antecedents

El 28 de maig de 2013 la UNESCO va declarar la Reserva de la Biosfera Terres de l'Ebre com un espai del planeta amb un alt valor ecològic i amb una activitat econòmica humana singular i sostenible que cal mantenir i conservar.

La reserva de la biosfera de les Terres de l'Ebre és un ecosistema marítim i terrestre amb una elevada quota de biodiversitat i una notable riquesa cultural. El seu territori ocupa prop de 400.000 hectàrees de les comarques del Baix Ebre, el Montsià, la Terra Alta i la Ribera d'Ebre. La diversitat de paisatges que hi ha presents a les Terres de l'Ebre el converteixen en un territori únic.

[El Catàleg del Paisatge de les Terres de l'Ebre](#) posa en relleu la singularitat dels paisatges ebrencs, que inclou un mosaic agroforestal divers i ben conservat, fruit de la interacció sostenible en el temps entre humans i la natura, així com paisatges naturals protegits amb la figura de Xarxa Natura 2000 o amb la de Parc Natural, com és el cas dels Ports i del Delta de l'Ebre.

D'aquesta interacció sostenible emergeix l'obtenció de productes agrícoles, ramaders, artesans i turístics d'alt valor simbòlic, però també econòmic.

La designació de Reserva de la Biosfera implica un reconeixement i una aposta per un model de gestió integral del territori en que cal afrontar reptes estructurals a través d'un pla de gestió consensuat i impulsat pels agents públics i privats, incloent-hi també la ciutadania.

Missió

D'acord amb l'Estratègia del [Programa Man and the Biosphere \(MAB\)](#) fixada per la UNESCO en la Declaració de Lima, les funcions de tota reserva de la biosfera consisteixen en la conservació de la biodiversitat, el desenvolupament econòmic sostenible i el suport a l'educació ambiental, la investigació, la innovació, i la transferència de coneixement. A més, una funció essencial és l'adaptació i la mitigació dels efectes del canvi climàtic davant del context actual d'escalfament global sense precedents.

La missió de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre és procurar que l'activitat humana sigui compatible, racional i, sobretot, sostenible per preservar el medi natural. I, per això, és important reivindicar, protegir i mantenir els coneixements tradicionals, la diversitat biològica i cultural i impulsar el desenvolupament sostenible.



Valors

Els valors que es promouen i transmeten des de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre estan vinculats als seus objectius: responsabilitat ecològica, responsabilitat social, responsabilitat econòmica i responsabilitat amb el patrimoni històric i cultural.

Treballem per promoure la conservació del territori natural de les Terres de l'Ebre. Promovem projectes de recerca científica per aconseguir pal·liar els efectes del canvi climàtic en els nostres ecosistemes naturals i agrícoles.

Impulsem i promocionem una estratègia de valorització dels productes locals fruit d'una producció agrícola sostenible i que prové d'una agricultura tradicional lligada al territori.

Protegim i cuidem el patrimoni històric i cultural conservat a les Terres de l'Ebre i que hem heretat dels nostres avantpassats.

Què és la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre?

La marca forma part de la principal estratègia de valorització del producte local. Funciona com una acreditació amb un reglament propi, que estipula els requisits necessaris que cal complir per a utilitzar el logotip.

Diferents productes agroalimentaris, artesanals i turístics de qualitat poden ser acreditats, sempre que compleixin amb compromisos per la millora de la qualitat del producte o servei, amb el territori, amb la sostenibilitat ambiental i amb la societat.

Actualment, poden acreditar-se usuaris amb activitat econòmica i també els ciutadans en general, sempre que demostrin que estan compromesos amb els valors universals de desenvolupament sostenible que encarna la Reserva de la Biosfera.

[Veure el catàleg de productes acreditats.](#)

Beneficis per les empreses

Acreditar-se com a empresa de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre pot tenir un impacte positiu en la reputació, les oportunitats de negoci i el compromís amb la sostenibilitat de l'empresa.

- **Diferenciació i valor afegit:** Acreditar-se amb aquesta marca ofereix a les empreses una diferenciació única al mercat. Indica un compromís amb la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient, cosa que pot ser molt atractiu per als consumidors conscients.
- **Promoció i visibilitat:** Les empreses acreditades poden beneficiar-se de les campanyes promocionals i de màrqueting que es realitzen per promoure la marca i els productes acreditats, a través de la participació gratuïta en fires agroalimentàries i turístiques, la promoció de vídeos en xarxes socials o en mitjans audiovisuals d'àmbit local i nacional.
- **Col·laboració amb la comunitat local:** Les empreses acreditades poden formar part d'una xarxa de col·laboració amb altres empreses i entitats locals. Això pot portar a oportunitats de col·laboració i sinergies que beneficiïn a tota la comunitat. El principi d'economia circular és el que guia aquestes relacions entre empreses acreditades.
- **Formació i assessorament:** Les empreses acreditades poden rebre formació i assessorament sobre pràctiques empresarials sostenibles, estratègies de màrqueting i



promoció. Això pot ajudar-les a millorar la seva eficiència, a reduir la petjada ecològica i a millorar la penetració de mercat.

- **Fidelització del client:** Els consumidors cada vegada més valoren les empreses que es preocupen pel medi ambient i el desenvolupament sostenible. L'acreditació com a reserva de la biosfera pot ajudar a fidelitzar clients existents i atraure nous clients preocupats per la sostenibilitat.
- **Accés a mercats internacionals:** L'acreditació pot obrir portes a mercats internacionals que valoren les pràctiques sostenibles i els productes de qualitat.

Així mateix, la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre també contribueix al posicionament de les Terres de l'Ebre com a destí turístic associat als valors universals de desenvolupament sostenible que promou la Reserva de la Biosfera. Aquest fet genera importants oportunitats per a les empreses del sector turístic i de serveis que desenvolupen les seves activitats d'acord amb aquests valors.

2. Objectius

Els objectius principals de la campanya, que s'han d'abordar de manera integrada, coordinada i coherent, són els següents:

- Difondre el concepte de Reserva de la Biosfera, així com la seva missió i els seus valors, tot explicant els motius pels quals les Terres de l'Ebre han estat reconegudes amb aquesta distinció per part de la UNESCO.
- Reforçar el sentiment de pertinença i la identificació de la ciutadania amb la Reserva de la Biosfera, fomentant la implicació activa de la comunitat local.
- Revaloritzar la marca "Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre", incrementant-ne la visibilitat i associant-la a valors com la qualitat, la sostenibilitat, el consum responsable i la proximitat.
- Consolidar les Terres de l'Ebre com a destinació turística sostenible i respectuosa amb el medi ambient, alineada amb els valors de la Reserva de la Biosfera.
- Posar en relleu la singularitat i el valor afegit de la producció agroalimentària, pesquera, ramadera i aquícola desenvolupada en el marc de la Reserva de la Biosfera.
- Promoure la gastronomia del territori com a exponent de qualitat i identitat, basada en productes vinculats a la Reserva de la Biosfera.
- Visibilitzar i posar en valor els productes i serveis turístics que operen en consonància amb



els principis i valors de la Reserva de la Biosfera.

- Reconèixer i destacar la tasca del COPATE com a ens gestor de la marca "Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre".

3. Missatge de la campanya

Els missatges que cal comunicar en el marc de la campanya han de reflectir de manera clara i coherent els valors i la identitat de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre (RBTE):

- La missió de la RBTE és fomentar un model de desenvolupament sostenible que garanteixi la compatibilitat entre l'activitat humana i la conservació d'un entorn natural singular, ric en biodiversitat i de gran valor ecològic.
- La RBTE es configura com un territori excepcional per la seva heterogeneïtat paisatgística i la presència d'espais naturals d'elevat interès ambiental i científic.
- La interacció equilibrada i sostenible entre les activitats humanes i l'entorn natural dona lloc a la generació de productes agroalimentaris, artesanals i turístics de gran qualitat i valor afegit.
- Aquesta producció, basada en l'agricultura, la ramaderia, la pesca i l'aqüicultura, així com l'emergència de models empresarials compromesos amb la valorització del patrimoni natural, cultural i paisatgístic, reflecteixen un estil de vida resilient, compromès amb el territori i orientat cap a la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient.
- La RBTE és un territori acollidor i divers, amb una identitat cultural dinàmica i viva, un elevat valor ecològic i paisatgístic, i una oferta agroalimentària sostenible que sustenta una gastronomia rica, autèntica i coherent amb els valors de la Reserva.
- Les persones que viuen i treballen en aquest territori en són una part fonamental. La RBTE no es pot entendre sense la seva gent, que n'esdevé el principal actiu i motor de transformació.

Altres consideracions:

Convé remarcar, per tal d'evitar malentesos o generar confusions, que la marca RBTE no és una indicació de procedència (com les DO o les IGP) ni un segell de qualitat a l'ús. És un distintiu que identifica aquells productors i aquelles empreses que s'alineen amb els valors que es promouen des de la Reserva de la Biosfera i desenvolupen les seves activitats d'acord amb aquests principis, assumint compromisos per la millora de la qualitat del producte o servei, amb el territori, amb la sostenibilitat ambiental i amb la societat.



En els materials proposats **no ha d'aparèixer ni fer referències implícites o explícites:**

- A segells de qualitat, DO, IGP ni cap altre distintiu de procedència.
- Productes o serveis no acreditats. [Veure el catàleg de productes acreditats](#). Tanmateix, es recomana fer referència a productes i serveis en general, no a empreses en particular.
- Indústries nuclears o químiques, així com activitats contaminants.
- Pràctiques o activitats agroalimentàries, ramaderes, aquícoles o pesqueres no sostenibles ni alineades amb els principis de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.
- Espectacles, activitats o esdeveniments de lleure que contribueixin a la massificació del territori i al malbaratament o consum insostenible d'energia i de recursos naturals, o que interfereixin o posen en perill l'equilibri ecològic de l'entorn natural.
- Espectacles, festivitats ni esdeveniments de qualsevol tipus en els que es degradi o maltracti animals.
- Activitats o comportaments que entren en conflicte amb els principis i valors de la Reserva de la Biosfera.

4. Públic objectiu

El públic a qui va adreçada la campanya és:

- Conjunt de la ciutadania de Catalunya però, principalment, la de les Terres de l'Ebre.
- De manera secundària, productors agroalimentaris, artesans i activitats de restauració i serveis turístics susceptibles d'acreditar-se.

5. To i estil de la campanya

Com es desprèn del punt segon d'aquest annex, l'objectiu final de la campanya és posicionar de manera adequada la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre en l'imaginari col·lectiu i crear una connexió emocional amb el públic, a fi i efecte d'incrementar la identificació de la ciutadania amb aquesta.

Atesa la complexitat que suposa desenvolupar i promocionar una marca que acredita determinats productes i serveis i, alhora, identifica un territori com destí turístic associat als valors d'una Reserva de la Biosfera, s'ha de ser extremadament curosos en la creació del relat que ha d'esdevenir el fil conductor de la campanya. Així mateix, tenint en compte que la campanya s'haurà d'estructurar en diverses peces i mitjançant diferents canals, caldrà dissenyar i seqüenciar adequadament els missatges per tal de garantir la seva comprensió, així com per a que tinguin l'impacte esperat i contribueixin a l'assoliment dels objectius plantejats.

En aquest sentit, **el to de la campanya** haurà de ser proper, càlid, genuí, entusiasta, inspirador... Proposem un **estil comunicatiu** que convidi a gaudir de la bellesa natural i paisatgística, i de les experiències úniques que es poden viure a les Terres de l'Ebre per tal d'establir una connexió emocional amb el públic i que, alhora, emfatitzi sobre les pràctiques sostenibles de la gent del camp, de la mar, etc. Tanmateix, es deixa a criteri de les empreses licitadores l'ús dels elements d'impacte que consideri més escaients per aportar notorietat i originalitat a la proposta



La idea d'una producció agroalimentària i d'una pesca i una aquicultura sostenible, en el marc d'una Reserva de la Biosfera ha de ser ben present, com a element diferenciador i com a indicador de qualitat, sostenibilitat, proximitat, etc. Així mateix, també és important posar el focus en l'estil de vida associat a aquesta idea ja que reflecteix, des de l'òptica humana, els valors de la Reserva de la Biosfera i esdevé, alhora, un model inspirador que contribueix a definir el territori i a establir un vincle amb el públic objectiu.

6. Elements de la comunicació

La campanya ha d'incloure els següents elements d'imatge corporativa que s'hauran d'incorporar al tancament dels espots i en les diferents peces destinades a la publicitat en premsa escrita i mitjans digitals i suports publicitaris exteriors estàndard:

Logotip de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre

Logotip del COPATE

Logotip de la Generalitat de Catalunya "Finançat pel Fons de Transició Nuclear"

7. Peces de la campanya

La campanya haurà d'incloure, **com a mínim**, els següents elements:

- **1 creativitat genèrica** en la que es desenvolupi el **concepte general de la campanya**, formulat a partir de les indicacions del *briefing* que s'inclou en l'annex I del Plec de prescripcions tècniques d'aquesta licitació, en els formats adaptats als mitjans i suports indicats a continuació.
- **4 creativitats temàtiques o específiques** concebudes per fer incís en aquells aspectes particulars que configuren i defineixen el concepte Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre i que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya, en els formats adaptats als mitjans i suports indicats a continuació.
- **Proposta d'una estratègia de difusió** dels materials creats, dissenyada per tal de garantir l'assoliment dels objectius comunicatius de la campanya. La proposta, que haurà d'abastar el període d'un any, inclourà la descripció detallada de les accions, cronograma i pressupost orientatiu de cadascuna d'elles. Els preus descrits hauran de ser ajustats al mercat i el cost total de les accions proposades no podrà excedir el 40% del valor estimat d'aquest contracte.

La proposta podrà incloure **l'estratègia de comunicació que es pugui dur a terme mitjançant les diferents xarxes socials**, de manera simultània a les campanyes en TV i premsa escrita i digital, per tal d'incrementar l'impacte global.



En qualsevol cas, l'empresa contractista podrà proposar un nombre major de creativitats que contribueixin a assolir en major mesura els objectius de la campanya, en els termes previstos en el Plec de clàusules administratives d'aquesta licitació

Els **canals i suports** que es contemplen per articular la campanya són:

I. Mitjans audiovisuals

- 1 espot d'una durada d'entre 2 i 3 minuts amb el concepte general de la campanya.
- 4 espots d'una durada d'entre 20 i 30 segons de caire temàtic, per fer incís en aquells aspectes particulars que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya.

En els diàlegs i les veus en *off* de tots els espots s'utilitzarà el dialecte septentrional – tortosí del català.

Tots els espots hauran d'incorporar subtítols en català i incorporar versions amb subtítols en castellà, anglès i francès.

Les peces produïdes es lliuraran en format FLV, AVI, MPG, MPEG, MP4, RM, MOV i WMV.

L'empresa adjudicatària lliurará tots materials bruts de càmera (arxius RAW) obtinguts en el procés d'enregistrament de vídeo i fotografia.

II. Mitjans impresos

El format serà la plana a color i es disposarà, com a mínim, de les següents creativitats diferenciades:

- 1 creativitat amb el concepte general de la campanya.
- 4 creativitats de caire temàtic, per fer incís en aquells aspectes particulars que es considerin més escaients per assolir els objectius de la campanya

Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

Per cada creativitat, caldrà presentar una proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (1/2 pàgina).

El formats dels màster en obert dels anuncis per als mitjans impresos poden ser: *Indesing (en format idml)*, preferentment, o bé en *pdf*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

III. Mitjans digitals



- Adaptacions de les creativitats gràfiques descrites en el punt II als formats *Medium Rectangle* (300 × 250 px), *Mobile Leaderboard* (320 × 50 px), *Large Rectangle* (336 × 280 px), *Half Page / Large Skyscraper* (300 × 600 px), *Leaderboard* (728 × 90 px) i formats adaptatius (1200 x 628 px i 1200 x 1200 px)
- Adaptacions de les peces descrites en el punt I per a canals online amb la creativitat i missatges de la campanya. Alhora, es requereix el màxim d'adaptació possible per distingir els vídeos per a TV i els vídeos per a ús *online*. Amb aquest criteri es busca adaptar el màxim possible els continguts als formats i tendències dels mitjans *online*.

Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

El formats dels màster en obert dels anuncis per internet seran preferiblement: *.psd* o *.ai*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat.

En cas de ser necessari i a petició del COPATE, l'empresa adjudicatària realitzarà les adaptacions necessàries dels materials produïts a formats no previstos amb l'objectiu de garantir una inserció òptima d'aquests continguts en mitjans digitals.

IV. Suports publicitaris exteriors estàndards

Adaptacions de les diferents creativitats als formats de suports exteriors estàndard: OPI (format 120 x 175 cm), cartell estàndard (format DIN A1 i DIN A0), banderola (format 50 x 150 cm o 60 x 180 cm) i tanca publicitària (format 8 x 3 m)

Tots els textos inclosos en les produccions seran en català i s'hauran d'incorporar versions en castellà, anglès i francès.

El formats dels màster en obert dels anuncis per als suports exteriors estàndard poden ser: *Indesign (en format idml)*, preferentment, o bé en *pdf*. Amb entrega de les imatges, il·lustracions, tipografies/fonts, o qualsevol altre element integrant de la creativitat per separat. En cas de ser necessari i a petició del COPATE, l'empresa adjudicatària realitzarà les adaptacions necessàries dels materials produïts a formats no previstos amb l'objectiu de garantir una aplicació òptima d'aquests.



Annex II. Fitxa de presentació de l'oferta

Proposició econòmica i altres criteris avaluable de forma automàtica

El/ la senyor/a

Nom i cognoms	DNI

En nom i representació de l'empresa

Denominació	NIF

Amb adreça fiscal de l'empresa i adreça electrònica a efectes de notifikacions

Adreça fiscal	
Adreça electrònica*	

(*) adreça vàlida per a rebre notifikacions electròniques

declara que, assabentat/da de les condicions i els requisits que s'exigeixen per poder ser l'empresa adjudicatària del contracte de **"Servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d'una estratègia de difusió d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre"** (Expedient 204/2025), per procediment obert anunciat en el Perfil de contractant, fa constar que accepta i es compromet a executar-lo amb estricta subjecció als requisits i condicions estipulats al Plec de Clàusules Administratives i Plec de Condicions Tècniques que regeixen aquesta licitació i es compromet a dur a terme l'objecte del contracte pels imports i les condicions següents:

A.1 Proposició econòmica (valoració màxima 35 punts)

Concepte	Preu unitari	Unitats	Import total (IVA exclòs)
Espot principal de la campanya (2-3')	€	1	€
Espot 20-30"	€	4	€
Adaptació creativitats a mitjans impresos, mitjans digitals i suports publicitaris estàndard	€	5	€
Disseny estratègia de difusió	€	1	€

Total IVA exclòs	€
IVA 21%	€
Total IVA inclòs*	€

(*) En cas de produir-se un error en el càlcul per a l'obtenció del preu ofert del contracte amb l'IVA inclòs, el valor que prevaldrà serà el del preu total ofert sense IVA



A.2 Aportació de creativitats addicionals (valoració màxima 25 punts).

S'ha de marcar [X] l'opció escollida.

Aportació	Opció
Aportació de 4 creativitats addicionals	[]
Aportació de 3 creativitats addicionals	[]
Aportació de 2 creativitats addicionals	[]
Aportació d'1 creativitat addicional	[]
Cap aportació addicional	[]

I per a què així consti i tingui els efectes contractuals oportuns, signo aquesta declaració amb signatura electrònica.

Espai reservat a signatura electrònica



Annex III. Declaració responsable d'adscripció de mitjans personals

El/ la senyor/a

Nom i cognoms	DNI

En nom i representació de l'empresa

Denominació	NIF

Amb adreça fiscal de l'empresa i adreça electrònica a efectes de notifikacions

Adreça fiscal	
Adreça electrònica*	

(*) adreça vàlida per a rebre notifikacions electròniques

Assabentat/da de les condicions i els requisits establerts per poder ser adjudicatari del contracte de “**Servei de conceptualització, creativitat, disseny, producció i definició d'una estratègia de difusió d'una campanya de publicitat institucional de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre**” (Expedient 204/2025).

Declaro que, en cas de resultar adjudicatari d'aquest contracte, es comprometo a adscriure al seu equip tècnic els perfils professionals que compleixin amb els requisits establerts en la següent taula, i mantenir-los durant tota la seva vigència, tret de raó justificada i acceptada prèviament i explícitament per part del COPATE.

Perfil	Titulació	Experiència
Responsable creatiu/va	Titulació universitària en Publicitat, Comunicació, Disseny, Arts Visuals o similars.	- Mínim de 5 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional. - Almenys 3 campanyes de característiques similars, desenvolupant tasques de direcció i conceptualització.
Responsable de disseny	Titulació de Grau Mitjà o superior en Disseny Gràfic, Belles Arts o equivalents	- Mínim de 3 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional. - Almenys 3 campanyes de característiques similars, duent a terme tasques de desenvolupament gràfic.
Productor/a executiu/va	Titulació universitària en l'àmbit de la Comunicació Audiovisual, Producció, Gestió de projectes o similar.	- Mínim de 3 anys en projectes de comunicació o publicitat institucional. - Almenys 3 campanyes de característiques similars, duent a terme tasques de gestió de producció i execució de projectes de comunicació o audiovisuals.
Responsable de producció	Titulació de Grau Mitjà o superior en Producció Audiovisual o similars, o experiència contrastada equivalent.	- Mínima de 3 anys en organització de rodages, contractació de recursos i gestió logística de projectes audiovisuals. - Almenys 5 espots o campanyes audiovisuals, duent a terme tasques de responsable de producció

I per a què així consti i tingui els efectes contractuals oportuns, signo aquesta declaració amb signatura electrònica.





CONSORCI DE POLÍTQUES AMBIENTALS
DE LES TERRES DE L'EBRE

Annex IV. Manual d'imatge corporativa de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.



**Generalitat
de Catalunya**

Finançat pel
Fons de Transició Nuclear





Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.redmministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 26 de 72



Manual d'imatge Corporativa de la
**RESERVA DE LA BIOSFERA
DE LES TERRES DE L'EBRE**

Nova Identitat Corporativa
RESERVA BIOSFERA TERRES DE L'EBRE

Reforcem la idea Biosfera amb un cercle més definit,
i fem créixer de manera important la nova forma de la “e”,
símbol de Territori Ebre en una forma insinuada de fulla verda.

Dues formes blanques divideixen aquest cercle en forma de llacuna
i riu i donen pas a una insinuada forma de peix (o d'ona) de color blau.
Aquestes formes i colors ens evocuen els paisatges més simbòlics
de la Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre.

Amb una tipografia més orgànica, amb formes corbes als angles, el nou
logotip utilitza uns colors més vius, més lluminosos, inspirats en els paisatges
d'interior i en els de la costa que tant caracteritzen les Terres de l'Ebre.

Finalment, invertim l'ordre d'impacte visual de les quatre paraules i potenciem
BIOSFERA com a mot principal, per reforçar la importància i l'orgull de ser
un dels indrets del món reconeguts com a Reserva de la Biosfera.

I, si voleu, amb una mirada més llunyana i més tendra també
veureu una figura femenina, la mare Natura probablement,
que abraça la Biosfera i la protegeix...

ISACOLO Projects



Codi Validació: 6MQ47ZJCP69222QSS2S3PT7749
Verificació: <https://copate.ead.rg.gob.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma es.Puigc
Pàgina 1 de 72

Introducció	2
ÍNDIX	4
1. Redisseny del símbol	4
2. Nova marca RBTE	5
2.1 Altres disposicions de la marca RBTE	6
2.2 Sectors de la marca RBTE	7
2.3 Colors corporatius RBTE	8
2.4 Aplicacions de color de la marca	9
2.5 Tipografia del logotip	10
3. Harmonització amb altres marques	11
4. Adaptació del logotip a altres idiomes	12
PRODUCTE	
5. Reglament d'ús de la marca RBTE	14
5.1 Aplicació de la marca a productes	15
5.2 Esmena especial per a vins i olis RBTE	16
5.3 Aplicació per a vins acreditats RBTE	17
5.4 Aplicació per a olis acreditats RBTE	18
PAPERERIA	
6. Papereria bàsica,	20
6.1 Paper de carta acotacions	21
6.2 Papereria sobres	22
6.3 Papereria promoció fires	23
6.4 Papereria rebut	24

6.5 Papereria segells i adhesius	25
6.6 Papereria carpetes corporatives	26
7. Certificat d'ús de la marca RBTE	27
8. Promoció	28
9. Catàleg certificació de productes RBTE	30

SENYALÍSTICA

10. Vinils entrada, vinils vidres	32
10.1 Placa acreditació exterior RBTE	33
10.2 Campanya Muppis	34
10.3 Cartells senyalística mirador d'ocells	35

WEB I XARXES

11. Home web	38
12. Xarxes + post	39

PRODUCTES PROMOCIONALS

13. Productes promocionals	41
14. Roll-ups	42
15. Banderoles campanya	43
16. Faristol RBTE	44
17. Prestatgeria productes RBTE	45



Codi Validació: 6MQ47ZJ0669F27055233PT7MA
 Verificació: https://copatec.administració.cat/
 Document signat electrònicament des de la plataforma esPec



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 29 de 72

	
Biosfera Lloc geogràfic	Punt de trobada
	
Localització	"e" d'Ebre
	
Fulla Peix	Riu-dinamisme Llacunes
	
Reciclatge-Moviment	Abraçada

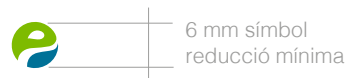
2. Nova marca RBTE Disposició circular

Aquesta disposició de la marca en format circular només la poden utilitzar els usuaris acreditats* per COPATE que ho puguin justificar.

L'estructura, les proporcions entre el símbol i el logotip, i la composició tipogràfica són fixes i no admeten variacions.

Reducció mínima de la marca: 10 mm.
Reducció mínima del símbol: 6 mm

*Aquesta disposició circular de la marca RBTE serà la més genèrica per als usuaris acreditats, segons el Reglament d'ús de la marca Reserva de la Biosfera de les Terres de l'Ebre: <https://www.ebrebiosfera.org/copate/adhereix-te>



Codi Validació: 6MQ4ZLCR6Z722QSS2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.es/verificacio/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 30 de 72

2.1 Altres disposicions de la marca RBTE

S'utilitzarà la marca en format horitzontal o vertical segons la naturalesa de l'usuari:

1. La **disposició horitzontal** s'utilitzarà de manera genèrica per a temes institucionals, turístics i per a senyalística (mapes). També per a cartelleria, papereria i promoció (flyers i catàlegs).

2. La **disposició vertical** s'utilitzarà de manera genèrica, igual que la horitzontal, sobretot per donar més notorietat al símbol rodó de la marca. Ideal per a cartelleria i senyalística.

L'estructura, les proporcions entre el símbol i el text (logotip) i la composició tipogràfica són fixes i no admeten variacions.

Reducció mínima de la marca, símbol a 10 mm, en les dues disposicions.

Per a reproduir-ho, s'han d'utilitzar sempre originals vectorials que facilitarà l'oficina d'acompanyament de la marca.

1. Disposició horitzontal



2. Disposició vertical



RESERVA DE LA
BIOSFERA
TERRES DE L'EBRE

Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edmadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 31 de 72



10 mm
reducció
mínima



10 mm
reducció
mínima

10 mm



2.2 Sectors de la marca

Per diferenciar entre productes i serveis, a la pàgina web, en presentacions o en catàlegs, s'utilitzarà la marca preferiblement en format horitzontal.

Cada sector tindrà un color que el representarà dins el seu àmbit.



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edm.instradro.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 32 de 72



2.3 Colors corporatius Colors de la marca i colors secundaris.

El Parc Natural dels Ports en primavera amb el seu verd lluminós, i els blaus verds del Parc Natural del Delta de l'Ebre ens han inspirat els nous colors de la marca RBTE, més lluminosos, més dolços.

Afegim dos colors secundaris torrats que complementen i acompanyen les publicacions donant un toc més calent i contrastat als colors de base.

També com a secundaris tindrem una gama de blaus que ens ajudaran enriquir les publicacions.

Tota aquesta gama de colors la trobarem a les pastilles de cada un dels sectors de la marca que els representen (pag. 7).



Pantone 376 C

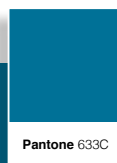
Quadricomia: C-56 / M-0 / Y-100 / K-0



Pantone 4505 C
Quadricomia: C-56 / M-0 / Y-6 / K-0



Pantone 158 C
Quadricomia: C-0 / M-60 / Y-94 / K-0



Pantone 633 C

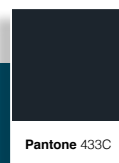
Quadricomia: C-97 / M-00 / Y-10 / 27-K



Pantone 305 C
Quadricomia: C-56 / M-0 / Y-6 / K-0



Pantone 7708 C
Quadricomia: C-56 / M-0 / Y-6 / K-0



Pantone 433 C
Quadricomia: C-0 / M-60 / Y-94 / K-0



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F2Q05S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 33 de 72

2.4 Aplicacions de color de la marca

La marca RBTE s'aplicarà sempre amb els colors propis.

Només s'aplica en negatiu sobre els colors corporatius o sobre colors foscos on la lectura sigui clara o sobre imatges on la lectura sigui òptima.

A continuació trobareu alguns exemples del bon i el mal ús de la marca, tant a escala compositiva dels elements que la formen, com en l'aplicació de la gamma de colors de la marca i els colors de base sobre els quals s'aplica.



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q6S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.adm.instrucao.gov.br/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico



2.5 Tipografia del logotip

La tipografia corporativa de RBTE és la **Foco Trial**.

Foco Trial Bold: Tipografia corporativa principal del logotip.

Foco Trial Regular/Light: Tipografies corporatives secundàries, que acompanyen el logotip, que s'utilitzaran per a la composició de textos i aplicacions de papereria corporativa.

Per a les adreces de papereria utilitzarem la variant de la tipografia, **Acer Foco** per la forma més estàndard de la “@”.

En el cas que sigui impossible aplicar la tipografia corporativa per als textos que acompanyen a la marca, per limitacions tècniques del sistema, a web i xarxes aconsellem utilitzar la tipografia **Roboto** o similars com a alternativa.

Tipografia FOCO Trial

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!~·\$%&/()~:~@€{}≤

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!~·\$%&/()~:~@€{}≤

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!~·\$%&/()~:~@€{}≤

Tipografia Acer FOCO

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!~·\$%&/()~:~@€{}≤



Codi Validació: 6M047ZJC66ZF22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://portal-eadministracio.gai>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 35 de 72

3. Harmonització amb altres marques

L'harmonització de la marca RBTE amb els diferents logotips institucionals amb els quals haurà de conviure, és l'espai de protecció de la marca i les mides de la marca pel que fa a altres marques i logotips. Utilitzarem la rodona de separació mínima que serà de la mateixa mida que el diàmetre del símbol esfèric.

Sobre suports de promoció i difusió de la marca, sempre anirà acompanyada del logotip de la UNESCO.

Aquests exemples mostren les proporcions establertes per a les alçàries del símbol del logotip. Les diferents disposicions de la marca es poden determinar segons com convingui a cada cas, segons l'espai i el disseny del suport on vagin aplicats, ja que són uns espais orientatius.



Patronat de Turisme



Ajuntament de Tortosa

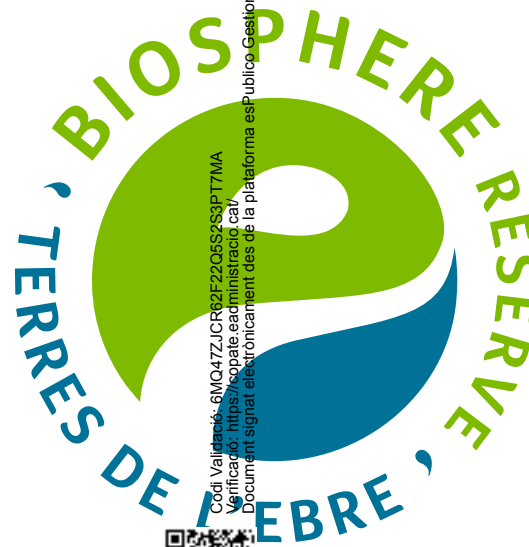


Codi d'identificació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3P
Verificació: <https://copate-administracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 36 de 72

4 Adaptació del logotip a altres idiomes

Denominació del producte RBTE per a la promoció internacional.

Adaptació i modificació del logotip en anglès i francès.



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S263PT7MA
Verificació: <https://opate.edministració.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 37 de 72



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 38 de 72

PRODUCTE RBTE

5 Reglament d'ús de la marca en productes acreditats

LA utilització de la marca RBTE en productes acreditats segons el Reglament d'ús de la marca RBTE s'utilitzarà seguint estrictament les pautes següents:

- S'aplicarà la marca RBTE sempre, **únicament i exclusivament en format circular**.
- Si el productor ja té l'etiqueta impresa, s'aplicarà la marca RBTE amb un **adhesiu de fons blanc de la mida estàndard de 17 mm i de 15 mm de diàmetre (Ø) de marca**. Si el productor ha d'imprimir noves etiquetes per introduir la nova marca seguirà les mateixes pautes que detallem a continuació.
- S'aplicarà la marca RBTE a la **part frontal del producte** i se la situarà a dalt, al mig o a baix del lateral dret de l'etiqueta o del packaging amb una mida estàndard de 15 mm/ Ø.
- En etiquetatge per a **vins i olis** s'utilitzarà la variant de la marca:
 - En el cas dels vins, la denominada: BIOSFERA - VINS DE TERRES DE L'EBRE
 - En el cas dels olis, la denominada: RESERVA DE LA BIOSFERA - OLIS D'OLIVA
 - En els envasos de vins i olis **es situarà la marca a l'etiqueta del dors**, a la part superior, mitja o inferior dreta de l'etiqueta.
 - Si no hi ha etiqueta al dors del producte, la marca RBTE es posarà a la part del davant, al lateral dret del producte, a dalt, al mig, o a baix, sempre que sigui possible.
 - Si l'etiqueta impresa està molt atapeïda, o no n'hi ha, el productor podrà decidir on situar la marca RBTE.

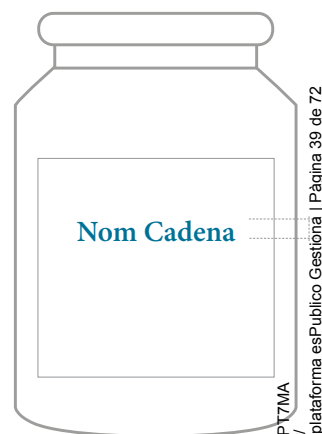
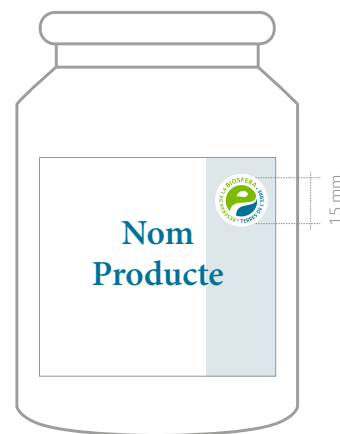
La reducció mínima de la marca serà de 10 mm/Ø.

Els color de la marca RBTE aplicada a producte podrà tenir 3 variants:

1. Marca de color. 2 colors verd i blau
2. Marca en blanc (en negatiu)
3. Marca en negre (positiu) i/o color fosc en la gamma de la imatge del producte al que acompanya.

L'aplicació del color la decidirà el productor segons l'estètica del seu packaging i, en aquest cas, el fons de l'etiqueta també podrà ser transparent.

Altres variants NO seran vàlides!

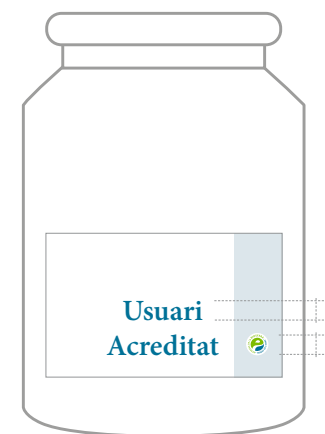


Etiqueta davant



Situeu la marca RBTE circular a la part superior, mitja o inferior dreta de l'etiqueta.

Zona d'aplicació de la marca



Etiqueta darrera

Marques blanques: La utilització del logotip de la marca en productes comercialitzats a través de marques pertanyents a una cadena de distribució només està permesa quan l'etiquetatge tingui en compte els aspectes següents:

- Que a l'etiqueta hi hagi el logotip de l'usuari acreditat o, si no, hi ha, una identificació clara.
- Que la mida de l'usuari acreditat sigui igual a la del

logotip de la marca blanca.

c. Que el logotip de la marca RBTE estigui al costat del logotip o de les dades d'identificació de l'usuari acreditat i no al costat del logotip o les dades d'identificació de la cadena de distribució o marca blanca.

d. Que s'indiqui que el producte ha estat envasat per l'usuari acreditat a la marca RBTE per a la cadena de distribució.



5.1 Aplicacions de la marca a productes i serveis acreditats per la marca

En productes genèrics, si la marca RBTE ja està impresa amb la versió antiga del logotip, s'utilitzarà un adhesiu amb fons blanc per cobrir i actualitzar l'antic.

Adhesiu: 17 mm/ ø.

Mida marca RBTE: 5 mm/ø (comptant les lletres)

Mida mínim 10 mm/ø.

La proposta de colors i de situació de l'adhesiu pot variar segons el producte. El productor pot decidir fer el logotip amb un sol color corporatiu de la seva marca, sempre que sigui un color fosc (exemple arròs).



ÚS DE LA MARCA RBTE CIRCULAR
NOMÉS LA PODEN UTILITZAR ELS
USUARIS ACREDITATS!



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edmministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 40 de 72



5.2 Esmena especial per a vins i olis de les Terres de l'Ebre

Pel que fa a la normativa específica de comercialització de l'oli d'oliva i del vi, s'ha creat una **variant del logotip** que caldrà utilitzar en l'etiquetatge de cadascun d'aquests productes. Tant la variant de l'oli d'oliva com la del vi incorporen **canvis en les paraules utilitzades per identificar la marca**:

- Marca de vins: **BIOSFERA - VINS DE TERRES DE L'EBRE**
- Marca d'olis: **RESERVA DE LA BIOSFERA - OLIS D'OLIVA**

Les pautes d'aplicació als envasos i packagings seran les mateixes que les dels productes genèrics, les pautes de la disposició circular de la marca, tres opcions de colors i mateixes mides òptimes de la marca.

Únicament varia que en l'etiquetatge de vins i olis col·locarem la marca a l'etiqueta del dors, sempre que sigui possible, en la majoria dels casos.



Esmena de la marca per a vins RBTE



Codi Validació: 6M04Z7LCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://portal-eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 41 de 72

Esmena de la marca per a olis RBTE

5.3 Aplicació per a vins acreditats RBTE

Es situarà la marca RBTE amb l'esmena dels vins, sempre en format circular, al dors de l'etiqueta (Fig. 1), si és possible a la part superior, mitja o inferior dreta (de manera que no tapi cap informació). El diàmetre de la marca serà de 15 mm/Ø i el diàmetre de l'etiqueta adhesiva és de 17mm/Ø.

L'aplicació del color la decidirà el productor segons l'estètica del seu producte, dins les tres variants de color.

Altres variants NO seran vàlides!

Si encara no ha imprès l'etiqueta del seu vi podrà imprimir la marca RBTE directament a la seva etiqueta.

Si l'etiqueta ja està impresa i porta la marca antiga, es podrà enganxar un adhesiu amb fons blanc per cobrir la marca antiga.

Quan no hi hagi etiqueta al dors del vi i quan l'etiqueta frontal sigui molt ampla, situarem o imprimirem la marca al lateral dret, a la part superior mitja o inferior (Fig. 2).

Quan no hi hagi etiqueta al dors del vi i quan l'etiqueta frontal sigui petita, situarem o imprimirem la marca RBTE a la part superior, dins la càpsula del coll de l'ampolla (Fig. 3).



ÚS DE LA MARCA RBTE CIRCULAR
NOMÉS LA PODEN UTILITZAR ELS
USUARIS ACREDITATS!

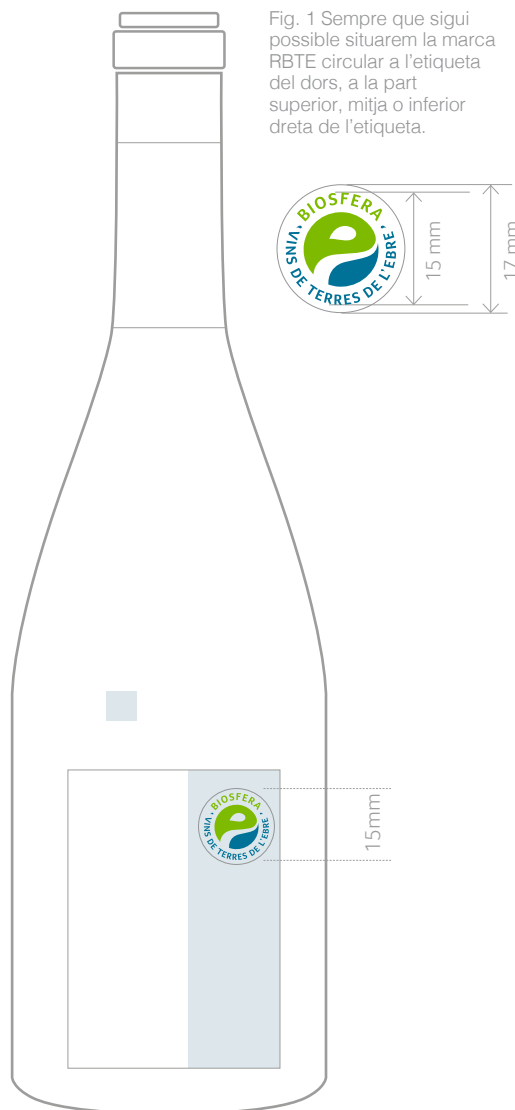


Fig. 1 Sempre que sigui possible situarem la marca RBTE circular a l'etiqueta del dors, a la part superior, mitja o inferior dreta de l'etiqueta.



Fig. 2 Quan no hi hagi etiqueta al dors i la frontal sigui molt llarga, situarem la marca al lateral dret, a la part superior, mitja o inferior de l'etiqueta.



Fig. 3 Quan no hi hagi etiqueta al dors i el frontal sigui petit, situarem la marca a la càpsula del coll de l'ampolla.

Colors 3 variants:



5.4 Aplicació per a olis acreditats RBTE

Es situarà la marca RBTE amb l'esmena dels olis, sempre en format circular, al dors de l'etiqueta (Fig. 1), a la part superior, mitja o inferior dreta, sempre que sigui possible (i que no tapi cap informació). El diàmetre de la marca és de 15 mm/ø i el diàmetre de l'adhesiu és de 17 mm/ø.

L'aplicació del color la decidirà el productor segons l'estètica del seu producte, dins les tres variants de color.

Altres variants NO seran vàlides!

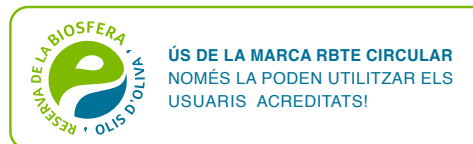
Si encara no ha imprès l'etiqueta del seu oli, podrà imprimir la marca RBTE directament a la seva etiqueta.

Si l'etiqueta ja està impresa i porta la marca antiga, es podrà enganxar un adhesiu amb fons blanc per cobrir la marca antiga (Fig. 3).

Quan no hi hagi etiqueta al dors de l'oli i l'etiqueta frontal sigui molt ampla, situarem o imprimirem la marca al lateral dret, a la part superior, mitja o inferior.

Quan no hi hagi etiqueta al dors de l'oli i l'etiqueta frontal sigui petita, situarem o imprimirem la marca RBTE a la part superior del packaging (Fig. 2).

Colors 3 variants:



Codi Validació: 6M047ZJ0P62F2305
Verificació: <https://copare.resolmida.es/>
Document signat electrònicament des de la plataforma es.ademec.es



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 44 de 72

PAPERERIA

6 Papereria bàsica

Papaper de carta A4 Targeta, cara i dors

Disposició de la marca
Horitzontal.

Marca de colors
corporatius.

Textos amb el blau corpo-
ratiu
Pantone. 663 C.

Tipus de lletra: Acer Foco
Light

Paper blanc reciclat 80 g.

Targeta paper cru
reciclat 250 g.

Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre · CIF: ESP4300087F



Barcelona, 152,
43500 Tortosa
T. 977 707045
rbte@copate.cat
ebrebiosfera.org



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3P174M
Verificació: <https://copate-administracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 45 de 72



6.1 Papereria Paper de carta, acotacions

[illegible]

6.2 Papereria Sobre Americà (blanc). Sobre A4 amb paper reciclat. Sobre A5 amb tampó, tinta blava.



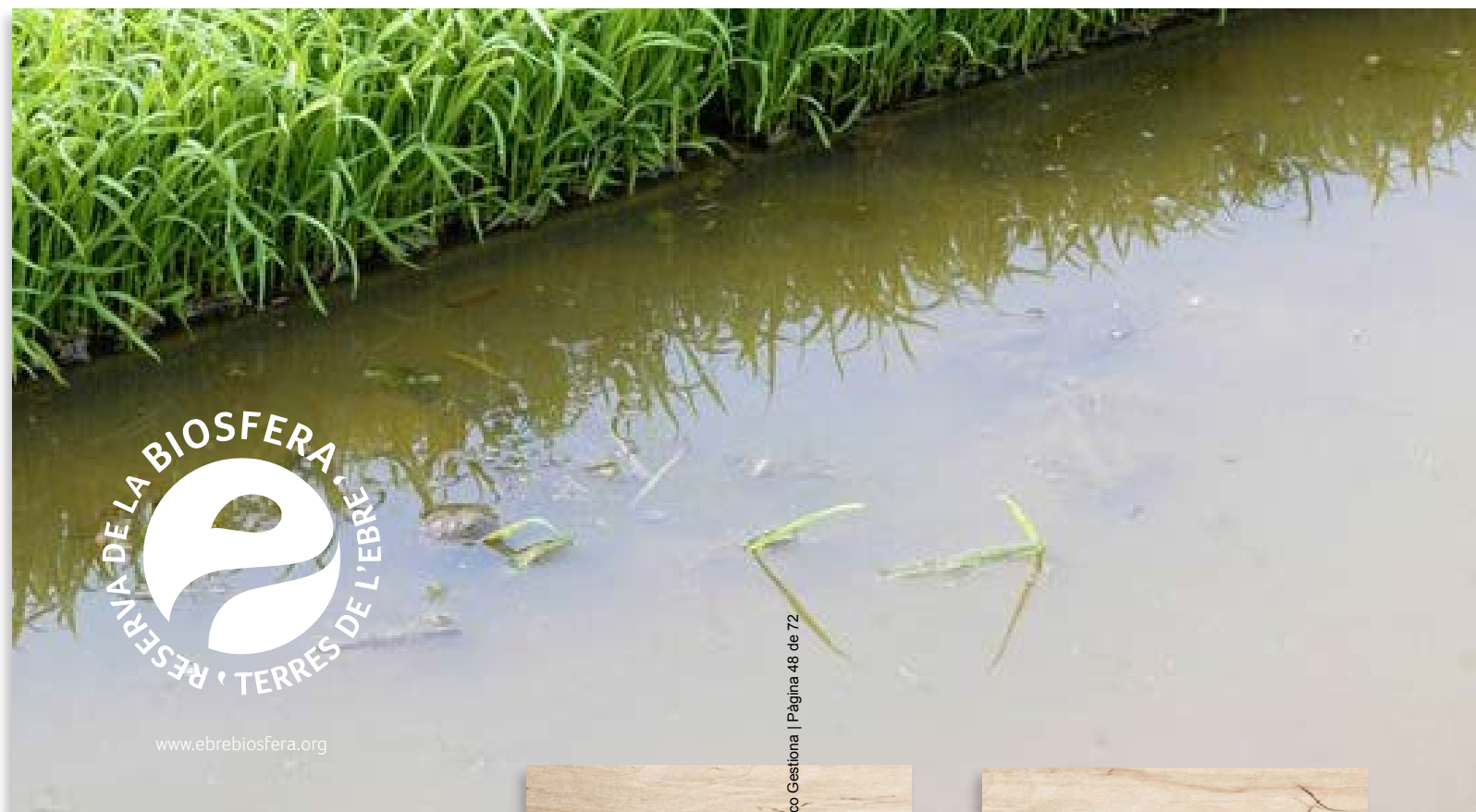
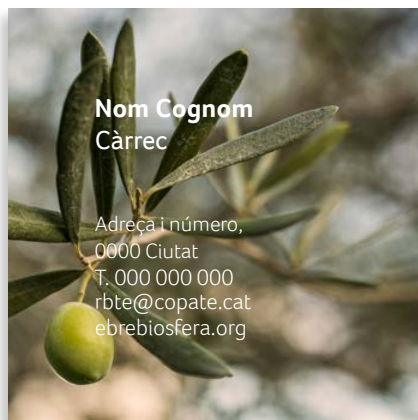
Barcelona, 152, 43500 Tortosa
www.ebrebiosfera.org

Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://colpate.eadmi.instracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 47 de 72



6.3 Papereria promoció fires

Proposta de papereria genèrica, sense personalitzar, més promocional amb imatges de Terres de l'Ebre, ideal per a fires i esdeveniments.



Codi Validació: 6M047Z10692F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.es/administracio/cal>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 48 de 72



RESERVA DE LA
BIOSFERA
TERRES DE L'EBRE

Barcelona, 152,
43500 Tortosa
T.977 707045
rbte@copate.cat
ebrebiosfera.org



Rebut núm.:

Localitat d'expedició:

Import:

Data d'expedició:



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q52S3PT7MA
Verificació: <https://copate.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma

Verificació: <https://copate.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 49 de 72



Codi Validació: 52PHEEANEONTQCLXN7KA6J9EP | Verificació: <https://copate.eadministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 1 de 1

6.5 Papereria Segells i adhesius

2 models de tampó segell
de goma de mides 25 mm ø

Adhesiu marca i adhesiu promoció paisatges Terres de l'Ebre.

Adhesiu marca 2 colors.
Adhesiu promoció quadricromia
imatge fotogràfica.

Mida 45 mm ø

Mida 75 mm ø

Adhesiu paper mate reciclat.



T. 000 000 000
ebrebiosfera.org
CIF: 0000000X



6.6 Papereria carpetes corporatives

Carpets corporatives, 2 models de suport amb el mateix grafisme. Un en baix relleu amb un cartró reciclat i l'altre més luxós, més turístic, imprès en color, on podrem anar canviant la imatge interior del símbol.



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.redmministrao.ca/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 51 de 72



El Consorci de Polítiques Ambientals de les Terres de l'Ebre, d'acord amb el reglament d'ús de la marca i els requisits establerts en l'annex X, Nom de l'Anex, **autoritza per a fer ús de la marca a:**

TIPUS D'USUARI

Nom d'Usuari



SOSTENIBILITAT, QUALITAT, PROXIMITAT!

Ciutat, 00 del mes de 2023



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.eadmi.riaturo.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 52 de 72



unesco

Programa sobre el Hombre
y la Biosfera



ebrebiosfera.org

Nom 1 Cognom 2Cognom

President ENTITAT

Reserva de la Biosfera Terres de l'Ebre







**RESERVA DE LA
BIOSFERA
TERRES DE L'EBRE**

Una manera de ser, una manera de viure



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62P22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://sedelectronica.gub.es/validador>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 54 de 72



SCO
el Hombre



Generalitat de Catalunya

desconnecta't!

CATÀLEG DE PRODUCTES I SERVEIS ACREDITATS
PER L'ÚNICA MARCA MULTIPRODUCTE DE QUALITAT,
SOSTENIBILITAT I PROXIMITAT DE CATALUNYA

COPATE

Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S23C17MA
Verificació: <https://copate.adm.instrucao.gov.br>
Document signat electrònicament des de l'aplicació esPublico Gestiona | Pàgina 55 de 72



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 56 de 72

SENYALÍSTICA

10 Senyalística oficines RBTE



Mides Plafó: 50cm ample
Ample marca RBTE: 32 cm



Mides 1/2 Finestra: 1m ample x 97cm alt
Mides marca RBTE: 45 cm

Mides porta entrada: 75cm d'ample. Marca RBTE: 43cm

Vinils de l'entrada a les oficines RBTE COPATE, disposició horitzontal de la marca amb els colors corporatius.

Vinil de la marca en disposició horitzontal al plafó de presentació d'empreses amb la marca en blanc sobre blau.

Finestres amb la disposició circular, disposició horitzontal de la marca amb els colors corporatius.



Idioma: 6MQ47ZJCP69F220023SPT7MA
Codi: https://copate-administracio.cat/
En signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 57 de 72



10.1 Senyalística Placa acreditativa usuari RBTE

Placa que s'ofereix a les empreses o establiments que s'acrediten RBTE.

Proposta horitzontal i vertical:

Contingut informació:

- Nom de l'establiment
- Productor de...
- Marca RBTE
- Eslògan
- Logotip UNESCO RAB
- Web establiment
- Núm registre

Material base:

Proposta sobre fusta clara 16 x 16 cm.
Baix relleu, gravat làser sobre fusta.

Fig.1 Exemple de baix relleu.
Gravat làser sobre fusta.



10.2 Aplicacions a senyalèstica Muppi, cartell anunci campanya

Cartell imprès o digital per a muppi a carrer per a parades de bus o muppi simple.

Campanya Terceres Jornades gastronòmiques "L'arròs a Tortosa".



TERCERES JORNADES GASTRONÒMIQUES DE L'ARRÒS A TORTOSA

23 SETEMBRE 1 OCTUBRE

TORTOSA

GASTRONOMIA KMO

RESERVA DE LA BIOSFERA TERRES DE L'EBRE

ORGANITZA: PLATIGOT

COL·LABORA: Ajuntament de Tortosa, MONTSIA

Verificació: <https://cobate.administracio.cat/>

Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 59 de 72

QR Code:

Mirador del Carreté

Arrossars
• Montsià

Sant Jaume
d'enveja •

Miradors adaptats amb braile
Miradores adaptados con braile

Braille text for the map, including the title 'Mirador del Carreté' and various geographical labels like 'Arrossars', 'Montsià', 'El Clot', 'Mirador del pont del Travès', 'Poble Nou', 'Torre de Sant Joan', 'Joybaby', and 'Musclera de l'avi Agustí'.

Mirador del Carreté

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exerci laboris nisi ut aliquid ex ea commodi consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodi consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Mirador del Carreté

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exerci laboris nisi ut aliquid ex ea commodi consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui off

Sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodi consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. i ut aliquid ex ea commodi consequat. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

RESERVA DE LA BIOSFERA
TERRES DE L'EBRE

CATALUNYA

COPATE

MAB

Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre

Consell Comarcal de la Terra Alta

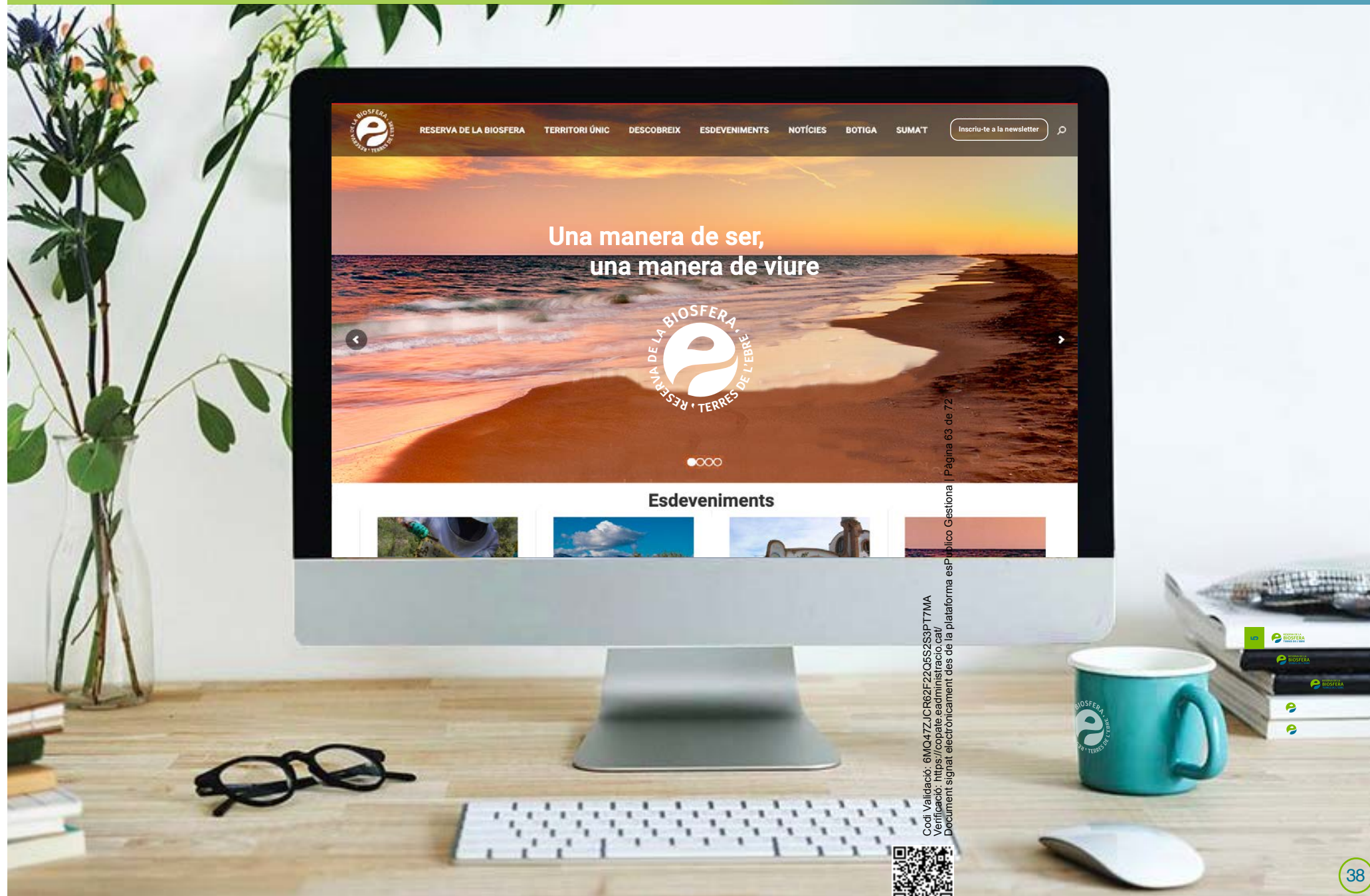
Consell Comarcal del Baix Ebre

CONSELL COMARCAL DEL MONTSIÀ



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 62 de 72

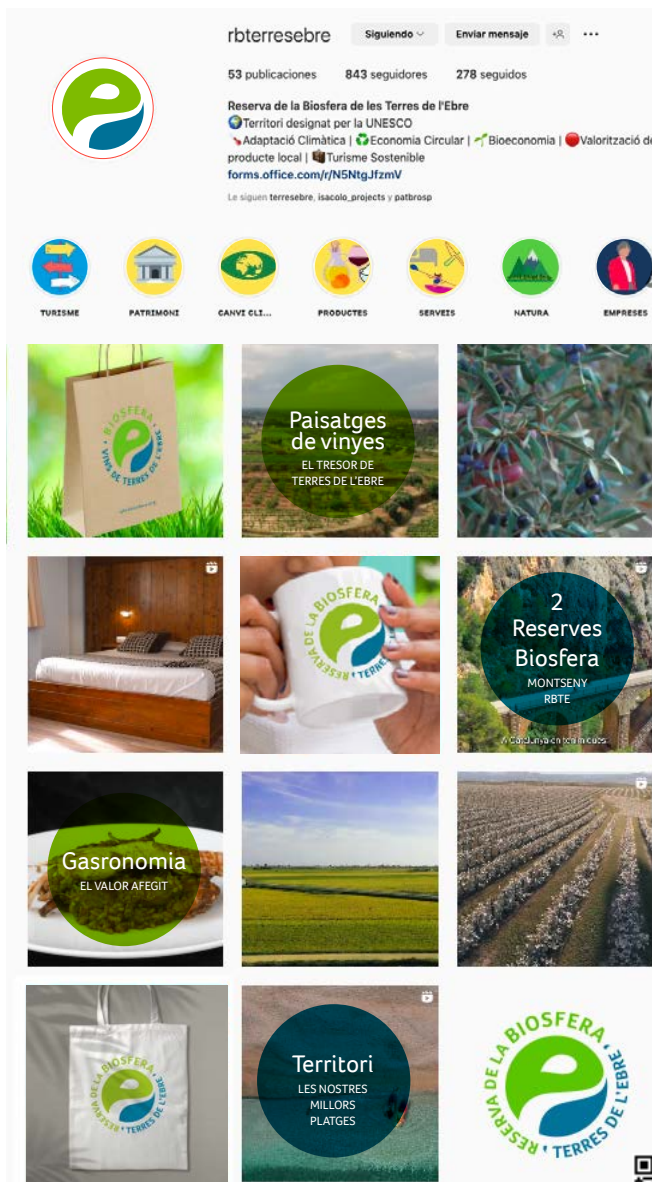
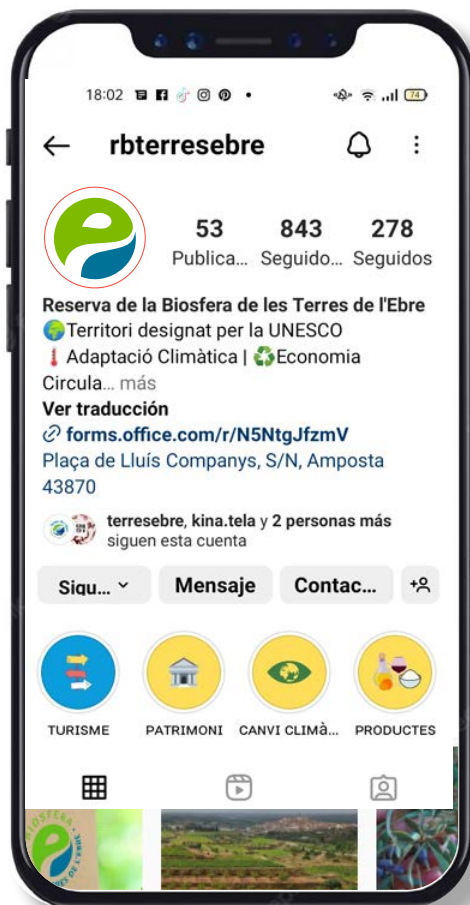
XARXES - WEB



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://cofate.edm.instrucao.gaf>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 63 de 72



12 Aplicacions a xarxes, Instagram. Post Instagram.



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.es/administracio/cal/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 64 de 72





Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://cpate.redmministrao.ca/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 65 de 72

PRODUCTES PROMO

13 Productes promocionals



13 Productes promocionals

Samarretes i dessuadores:
Gama de colors recomanada,
preferiblement Blanc i Negre
o blau fosc (P. 7708).

Indicacions de tamany
d'aplicació del logo i tipus de
logo sobre diferents fons
(fig1-2). Proposta de 3 models
diferents (fig 3).

Fig 1. Model 1 amb 2 variants frontals



Fig 2. Model 2 amb 2 variants frontals



14 mm (n)



18-20 mm (d-h)



6 mm



18-20 mm (d-h)



Codi Validador: 61MQ47ZJCR69F22QES2S3PT7MA
Verificació: <https://coporate.edmimnistraro.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 67 de 72

Colors samarretes, preferiblement
gamma de colors alineats a la reserva:
colors del logo i colors de cada sector.





Codi Validació: 6MO47ZJC862F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.resadmi.gesoc.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 88 de 72



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q6S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.eadmi.instradro.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 69 de 72



1a. proposta de faristol fet amb 3 fustes de diferents arbres. Suport base de fusta simple, d'estructura rectangular lleugerament més estreta a la base. El símbol RBTE està compost de dues fustes de colors diferents d'arbres de la zona (com om, eucaliptus, faig...) i situat a la part superior, funciona de pantalla i faristol per al conferenciant. El logotip està gravat amb làser, de to marró fosc, situat lleugerament més avall del símbol i de proporcions més petites (1/2 de la mida que li correspondria).

2a. proposta de faristol, és de fusta d'eucaliptus o d'om, de to clar, d'estructura simple i rectangular, també lleugerament més estret a la base. El logotip, en disposició vertical, està gravat amb làser i situat a la part central de l'estructura.



1a. proposta



2a. proposta



Codi Validació: 6MQ47ZJCR69F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 70 de 72





Moble productes RBTE:

Prestatgeria de fusta clara i fosca (segons l'establiment), de caire rústic modern, amb tres prestatges i amb els laterals oberts.

Placa frontal inspirada en les ondes del símbol RBTE, també feta amb la mateixa fusta, on situem la marca RBTE circular amb l'eslògan de reclam:

Sabors i sensacions dels productes de les Terres de l'Ebre



Codi Validació: 6MQ47ZJC562E22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.es/administracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 12 de 12



CRÉDITS FOTOS:

MUG: Imagen de Vectonauta en Freepik

TOTEBAG: Imagen de Vectonauta en Freepik

GORRA: Imagen de Vectonauta en Freepik

CAMISETA: Imagen de freepic.diller en Freepik



Codi Validació: 6MQ47ZJCR62F22Q5S2S3PT7MA
Verificació: <https://copate.edministracio.cat/>
Document signat electrònicament des de la plataforma esPublico Gestiona | Pàgina 72 de 72



07.02.2023