



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

1.- DEFINICIÓ DE LES CARACTERÍSTIQUES DEL SERVEI

El servei objecte del contracte és la creativitat i producció d'una campanya de publicitat institucional que té per objectiu principal reduir el nombre d'accidents així com el nombre de motoristes víctimes mortals i ferides a les carreteres a través d'una millor consciència, formació i responsabilització de tots els implicats en el trànsit.

Els destinataris de la campanya són el target motoristes.

S'adjunta brífing annex amb les característiques tècniques del servei. La campanya inclou els materials descrits al punt 5 del brífing annex que detalla el material que caldrà produir.

2.- MITJANS MÍNIMS EXIGITS

L'empresa contractista haurà de presentar:

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

Per aquesta campanya requerim:

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



Doc.original signat per:
Verònica Pardo Fernández
04/08/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 14/08/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



093AB7F0H5MMWEGON6L1VIJL6WMCXP10

Data creació còpia:
14/08/2025 09:26:41

Pàgina 1 de 13



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

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

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

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

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

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

3.- OBLIGACIONS DELS ADJUDICATARIS

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

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

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





servei català de

Trànsit

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

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

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

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

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

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

4.- PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ

El pressupost base de licitació amb l'IVA exclòs és de 100.000,00 €

L'Import de l'IVA és de 21.000,00 €

El preu base de licitació amb l'IVA és de 121.000,00€

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

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



Doc. original signat per:
Verónica Pardo Fernández
04/08/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 14/08/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



093AB7F0H5MMWEGON6L1VIJL6WMCXP10

Data creació còpia:
14/08/2025 09:26:41



servei català de

Trànsit

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

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

El responsable del contracte, encarregat, entre d'altres, de la supervisió de l'execució, l'adopció de les decisions i de dictar les instruccions necessàries per a assegurar la correcta realització de les prestacions pactades, així com la conformació de les factures corresponents al contracte, serà la Responsable de l'Oficina de premsa del Servei Català de Trànsit.

Verònica Pardo Fernández

Responsable de l'Oficina de premsa

Servei Català de Trànsit



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
04/08/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 14/08/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



093AB7F0H5MMWEGON6L1VIJL6WMCXPIO

Data creació còpia:
14/08/2025 09:26:41

Pàgina 4 de 13

**Annex 1****Brifing per a la creativitat, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat per a la prevenció dels accidents de trànsit de motoristes**

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

1. Antecedents

El Govern de la Generalitat de Catalunya té entre una de les seves prioritats de comunicació informar i conscienciar el conjunt de la ciutadania de la importància de tenir actituds cíviqes per tal de prevenir els accidents de trànsit.

L'SCT realitza des de fa anys campanyes per sensibilitzar la ciutadania on cal respectar sempre i en qualsevol trajecte les normes de seguretat per una mobilitat segura i sense riscos. Gràcies a una tasca transversal s'ha pogut percebre un canvi de les actituds i comportaments dels ciutadans pel que fa al trànsit i la seguretat viària, que han evolucionat cap a patrons i models de major responsabilitat i presa de consciència.

En aquest sentit i per seguir avançant, el Servei Català de Trànsit vol fer una campanya de publicitat institucional 360° adreçada a motoristes, amb propostes que abarquin des del màrqueting experiencial, estratègia digital fins a mitjans tradicionals de televisió, ràdio i premsa.





Els esforços de sensibilització que es fan de manera habitual des del Servei Català de Trànsit no semblen fer l'efecte amb aquest públic. Els accidents amb motoristes implicats no registren un descens continuat com la resta de vehicles. Els accidents amb motoristes implicats no registren un descens continuat com la resta de vehicles. Els motoristes morts representen un 26% del total de persones mortes per accidents de trànsit a l'any 2024 a la xarxa viària catalana.

Els motociclistes són més vulnerables en cas d'accident degut a la manca de protecció física comparada amb els conductors de vehicles més grans. Això pot resultar en lesions greus o fins i tot la mort en casos d'impacte fort.

Caigudes: Les caigudes són un dels riscos més comuns, especialment en condicions meteorològiques adverses, com la pluja o el gel, que poden fer que les rodes perdin adherència.

Condicions de la carretera: Bonys, grava, tolls d'aigua o una pavimentació irregular poden ser perillosos per als motoristes, ja que poden provocar pèrdues de control de la moto.

Conductors imprudents: El comportament d'altres conductors també és un factor de risc important. Motoristes poden ser més difícils de veure, i els conductors de vehicles poden canviar de carril o prendre decisions de forma inesperada sense advertir el motorista.

Falta d'equip de protecció: El fet de no portar equip de seguretat adequat (com casc, guants, jaqueta, pantalons i botes) incrementa el risc de lesions greus en cas d'accident o caiguda.

Velocitat excessiva: A l'igual que qualsevol altre vehicle, circular a gran velocitat augmenta el risc de perdre el control de la moto i les conseqüències d'un accident.

Fatiga o distraccions: Els motoristes que viatgen durant llargues hores o que es distreuen poden perdre la concentració, la qual cosa augmenta les probabilitats d'accident.

Amb una actitud prudent i responsable, ja sigui al volant o al manillar, contribuirem a una mobilitat més segura i amb menys sinistres.

Els errors més comuns que es detecten en els motoristes són:

- Excessiva velocitat d'entrada a les corbes.
- Manca d'anticipació a imprevistos.
- Traçat de corbes incorrectes.
- Poca consciència d'adaptar la velocitat a la via.





servei català de

Trànsit

- Moto inadequada pel nivell tècnic de conducció.

2. Públic objectiu

Els destinataris de la campanya són els motoristes de Catalunya com a target principal tot i que també cal tenir en compte la resta d'usuaris de via.

3. Objectius de la campanya:

- Conscienciar sobre la importància de la seguretat personal.
- Fomentar una conducció responsable i defensiva.
- Capacitar els motoristes per a ser conscients dels perills de la carretera i la importància de la visibilitat (per exemple, usant roba de colors vius o reflectants i mantenint una distància de seguretat adequada).
- Ensenyar els motoristes a reconèixer i evitar comportaments de risc com les maniobres inesperades, el canvi brusc de carril sense senyalització, o l'adaptació de la velocitat a les condicions meteorològiques i de trànsit.
- Sensibilitzar els altres usuaris de la via sobre la presència dels motoristes i la importància de compartir la carretera de manera segura, com mantenir una distància de seguretat i evitar els canvis bruscos de carril sense comprovar que no hi ha motocicletes.
- Reforçar la cultura de la seguretat viària on la seguretat personal i la responsabilitat col·lectiva siguin valors centrals en la societat, implicant tant motoristes com altres conductors.
- Contribuir a un canvi en les actituds i percepcions socials que normalitzen comportaments de risc, com conduir sense equipament adequat o amb actituds temeràries, mitjançant missatges impactants que connectin emocionalment amb el públic.

4. Encàrrec a empresa contractista

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



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
04/08/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 14/08/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



093AB7F0H5MMWEGON6L1VIJL6WMCXP10

Data creació còpia:
14/08/2025 09:26:41

Pàgina 7 de 13



5. Mitjans de la campanya

Per aquesta campanya requerim:

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

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

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

Totes les peces de la campanya han de complir els requisits d'accessibilitat:

<https://atenciociudadana.gencat.cat/ca/serveis/webs/accessibilitat/fer-videos-audios-accessibles/>

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

6. Especificacions de la campanya

Una campanya adreçada a motoristes per reduir els accidents de trànsit ha de tenir especificacions clares i ben definides per assegurar la seva eficàcia. Alguns elements clau a considerar serien els següents:



Objectius clars i mesurables

- Reducció dels accidents de trànsit: L'objectiu principal ha de ser una disminució quantificable dels accidents de trànsit en la població objectiu (motoristes).
- Increment de l'ús del casc i l'equipament de seguretat: Fomentar que els motoristes facin servir el casc i altres elements de protecció, com guants i jaquetes homologades.
- Millora del comportament viari: Conscienciar sobre la conducció defensiva, la velocitat segura i evitar el consum d'alcohol o drogues.
- Promoció de la revisió i manteniment de motos: Assegurar-se que els motoristes vetllin pel bon estat dels seus vehicles.

Públic objectiu

- Motoristes habituals i esporàdics: Dirigida a motoristes que viatgen diàriament, així com aquells que només ho fan ocasionalment.
- Joves motoristes: Fomentar la seguretat entre els motoristes més joves, que poden tenir menys experiència.
- Motoristes de diferents nivells d'experiència: Segmentar la campanya per a motoristes novells i també per a aquells més experimentats, ja que els riscos poden ser diferents.

Missatges clars i atractius

- Missatges visuals impactants: Utilitzar imatges que mostrin les conseqüències de la falta de seguretat (com accidents reals, comparacions de lesions amb i sense casc, etc.).
- Missatges positius: A més de les advertències, també es poden utilitzar missatges positius sobre els avantatges de la seguretat.
- Missatges específics per a diferents comportaments: Missatges dirigits a reduir la velocitat, millorar la visibilitat, mantenir distància de seguretat i no conduir sota els efectes de l'alcohol/drogues.

Inclusió d'elements innovadors

Incorporació de noves tecnologies, estratègies creatives o eines poc convencionals per millorar l'eficàcia i l'impacte de la campanya, augmentant l'atenció, la interactivitat i la retenció dels missatges de seguretat. Aquests elements innovadors poden apropar la campanya a les noves generacions i adaptar-se a les seves formes de consum de continguts.





7. Requisits

Segmentació de la audiència: La campanya ha de tenir en compte els diferents tipus de motoristes (joves, veterans, motoristes urbans o de carretera, etc.), les seves motivacions, hàbits i preocupacions específiques.

Identificació de comportaments i necessitats: Analitzar els comportaments de conducció dels motoristes, com la tendència a no portar el casc, conduir a alta velocitat o a no mantenir la distància de seguretat, i adaptar el missatge per fer-lo rellevant i convincent.

Adoptar el llenguatge adequat: El to de la campanya ha de ser proper, clar i directe, utilitzant un llenguatge que ressoni amb el públic objectiu i que eviti connotacions massa autoritàries o alarmistes.

Missatges clars i concisos: Els missatges han de ser fàcils d'entendre i recordar, utilitzant frases curtes i impactants. Una campanya de seguretat viària no ha de ser confusa ni sobrecarregar el receptor amb informació massa tècnica o detallada.

Crida a l'acció: Cal establir una crida clara a l'acció que motivi els motoristes a canviar el seu comportament.

Evitar el llenguatge moralitzant: El missatge ha de ser positiu i constructiu, evitant sermons o ton de culpabilització, ja que això pot provocar rebuig.

Us de mitjans visuals impactants. Utilitzar imatges visuals que transmetin de manera clara els riscos i la importància de la seguretat. Les imatges han de ser realistes i alineades amb les experiències diàries dels motoristes.

Impacte emocional i sensibilització. Ha de ser una campanya que apel·li a les emocions del públic per generar una resposta positiva.

Equilibri entre advertència i esperança: Les campanyes no només han de destacar els perills de no ser segur, sinó també mostrar la seguretat com una opció positiva que millora l'experiència de conducció i protegeix la vida.

Fomentar la responsabilitat personal. El missatge ha de reforçar la idea de responsabilitat personal i comunitària, destacant que la seguretat no depèn només d'algú més (com els altres conductors o la infraestructura), sinó que cada motorista té un paper fonamental en la seva pròpia seguretat.

Empoderament del motorista: En lloc de només advertir del perill, és important que la campanya també empoderi als motoristes, oferint-los eines per millorar la seva seguretat i la dels altres.





8. Equip destinat

L'empresa contractista haurà de fer les següents funcions:

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

9. Propietat dels treballs i altres condicions d'execució

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

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

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a l'Administració de la Generalitat també en exclusiva, sense límit de temps i per





l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

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

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

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

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

10. Obligacions específiques del contractista

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

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





11. Calendari

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de signatura del contracte i fins a l'entrega del material, com a màxim 45 dies naturals després i en tot cas abans del 31 de desembre del 2025.

12. Pressupost

La dotació pressupostària per a fer aquesta acció comunicativa és de 100.000 euros, impostos a part.

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

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

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

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

Verònica Pardo Fernández
Responsable de l'Oficina de premsa



Doc. original signat per:
Verònica Pardo Fernández
04/08/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 14/08/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



093AB7F0H5MMWEGON6L1VIJL6WMCXPJO

Data creació còpia:
14/08/2025 09:26:41

Pàgina 13 de 13