

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DE LES OFERTES PRESENTADES PELS CONTRACTES DE PATROCINIS PUBLICITARIS CORRESPONENT A LA PROPOSTA TÈCNICA (SOBRE 2)

Expedient: 8004333048-2025-0000139

Fets

1. En data 22/05/2025, el president de l'OA Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona va aprovar l'expedient de contractació per procediment obert del patrocini d'esdeveniments i equips esportius per a la visibilitat i difusió de la marca "Costa Daurada" i "Terres de l'Ebre".

2. En data de 16 de juny de 2025 va finalitzar el termini per presentar ofertes.

3. En data 20/06/2025 es va reunir la Mesa de contractació per procedir a la qualificació de la documentació administrativa (sobre 1) i obertura dels sobres que contenen la proposta avaluable en base a judici de valor (sobre 2).

Dins del termini de licitació es van presentar 23 licitadors i la Mesa va comprovar que les 23 pliques contenien la documentació administrativa del Sobre núm. 1 de conformitat amb els requeriments exigits al plec de clàusules administratives particulars, i es va acordar admetre'ls a licitació.

La Mesa va procedir a l'obertura del Sobre núm. 2 que conté la documentació avaluable en base a judicis de valor i va acordar demanar al responsable del contracte que examini i valori la documentació presentada.

Han presentat oferta 23 licitadors:

Núm. Plica	LICITADORS	LOTS
1	DEPORTE INTERNACIONAL, SA	No s'identifica el lot al qual participa
2	PENYA CICLISTA BAIX EBRE	14,15
3	FEDERACIÓ CATALANA DE BASQUETBOL	4,5,6
4	CLUB TENNIS TAULA GANXETS REUS	8,9,10,11,13,14,15
5	REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ATLETISMO	1,2,3,4,5,6,7
6	REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE TENIS MESA	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
7	FEDERACIÓ CATALANA DE TENNIS TAULA	4,5,6,7,9
8	CHALLENGE SPAIN EVENTS SL	1,2,3
9	RUNNING SOLUTIONS SL	7,8,9,10,11
10	CLUB EXCURSIONISTA TRAILGAT	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
11	GIMNÀSTIC DE TARRAGONA SAD	1,2,3,7,12
12	CLUB BASQUET TARRAGONA	No s'identifica el lot al qual participa
13	CLUB GIMNÀSTIC DE TARRAGONA	4,5,6,7,8,9, 13,14,15
14	JOAN CARBONELL RODRÍGUEZ	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11
15	RPM RACING SLU	1,2,3,4,5,6,7,8
16	REUS DEPORTIU	13,14,15
17	CLUB BASQUET SALOU	12,13,14,15
18	TELECYL SA	1,2,3,4,5,6
19	AGENCIA DE PUBLICITAT INTERNACIONAL CATALANA SLU	1,2,3
20	CLUB TENNIS REUS MONTEROLS	No s'identifica el lot al qual

		participa
21	CLUB DE VOLEIBOL SANT PERE I SANT PAU	12,13,14,15
22	CLUB DE FUTBOL REDDIS	12,13
23	REAL FEDERACIÓ ESPAÑOLA DE KARATE Y DA	No s'identifica el lot al qual participa

Un cop examinada la documentació de les propostes tècniques presentades, la mesa va acordar, transcripció parcial, el següent:

“(.....)”

- *Demandar aclariments als licitadors que no han detallat el lot al qual liciten en la Memòria tècnica.*

- *Proposar a l'òrgan de contractació l'exclusió de les ofertes presentades per **CLUB EXCURSIONISTA TRAILGAT** de conformitat amb la clàusula 2.2.5.2 i 2.2.8.2 del plec de clàusules administratives particulars i l'art. 146.2 de la Llei de contractes del sector públic atès que s'ha anticipat en un sobre erroni l'oferta econòmica vulnerant-se el principi del secret de les ofertes.*

*Proposar a l'òrgan de contractació l'exclusió de les ofertes presentades els LOTS 4, 5, 6 i 7, 8 i 9 per **CLUB GIMNÀSTIC DE TARRAGONA** de conformitat amb la clàusula 2.2.2 del plec de clàusules administratives particulars i l'art. 139.3 de la Llei de contractes del sector públic que preveu que cada licitador no pot presentar més d'una proposició vulnerant-se el principi de proposició única*

- *Demandar al responsable del contracte que examini i valori la resta de la documentació del **sobre núm. 2 dels licitadors admesos**, d'acord amb els criteris establerts en l'Annex XIII del Plec de clàusules administratives particulars.* “

En data 26/06/2025 es va requerir a la Real Federación Española de Karate y DA, al Club Bàsquet Tarragona, al Club de Tennis Reus Monterols i a Deporte Internacional SA, perquè en el termini màxim de tres dies hàbils des de l'endemà de la notificació aclareixin els lots als quals

Dins del termini establert els quatre licitadors responen indicant els lots als quals es presenten:

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE KARATE Y DA: lot 9

CLUB BASQUET TARRAGONA: lot 15

CLUB TENNIS REUS MONTEROLS: lots 7, 8, 10.

DEPORTE INTERNACIONAL S.A.: Lot 1

PATROCINI D'ESDEVENIMENTS ESPORTIUS

LOT 1, LOT 2, LOT 3, LOT 4, LOT 5 , LOT 6, LOT 7, LOT 8, LOT 9, LOT 10 i LOT 11

D'acord amb els criteris d'adjudicació subjectes a judici de valor de l'apartat 8 de la Memòria, correspon un màxim de 49 punts per a cada proposta tècnica del lots objecte de licitació: lots 1 a 11.

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

Tenint en compte els criteris de valoració establerts, s'estableix la valoració i

puntuació següent a les ofertes presentades i acceptades:

AGÈNCIA DE PUBLICITAT INTERNACIONAL CATALANA, SLU: LOT 1

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

- Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca: La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de trial, no considerada una disciplina estratègica per Costa Daurada però sí amb gran impacte internacional en general. L'esdeveniment, puntuable per a un campionat mundial, es durà a terme a la Tarraco Arena i atraurà públic local i internacional, generant una destacada projecció mediàtica i turística per a la Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 2 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2 punt.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**):

El licitador proposa diverses actuacions per garantir una presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona al recinte de l'esdeveniment. En primer lloc, es realitzaran projeccions del logotip a totes les pantalles de l'escenari abans de l'inici de l'esdeveniment, assegurant una visibilitat constant, en una espai central de l'escenari. A més, es col·locaran quatre roll-ups de gran format (XL) amb els logotips esmentats, distribuïts per les zones de més afluència de públic.

Pel que fa a la pista, es decorarà una zona exclusiva amb la imatge corporativa de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. També es disposaran 18 metres de publicitat al perímetre de la pista en dos nivells (primer i segon), amb els logotips corresponents.

S'adjunta un imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): Pel que fa a l'equipament, el licitador proposa la incorporació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les samarretes oficials incloses al VIP PASS. Aquestes samarretes mostraran els logotips a la part frontal, amb una mida aproximada de 10x7 cm.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona

d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.)
(Màxim 2 punts): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona a la zona del pòdium, mitjançant lones situades al fons de l'espai de lliurament de premis. Aquestes lones asseguruen una visibilitat directa durant els moments de màxima exposició mediàtica i institucional, com ara la cerimònia de lliurament de trofeus.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. **(Màxim 1 punt):** El licitador preveu diverses accions per garantir la menció de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona com a patrocinador oficial. Aquestes inclouen la menció explícita durant la presentació oficial de l'esdeveniment, dues notes de premsa enviades als mitjans de comunicació (una en el moment de l'anunci de l'espectacle i una altra just abans de la seva celebració), i la menció verbal durant l'entrega de premis, acompanyada de la presència visual dels logotips.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora **(Màxim 2 punts):** La proposta inclou la difusió de la marca Costa Daurada a través de xarxes socials d'Instagram, Facebook, TikTok i LinkedIn. Es preveuen 61 publicacions amb el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en formats de post, stories i reels, tant als perfils de l'organitzador (@sanmiguelarracoarena) com als comptes oficials de l'esdeveniment, amb audiències que superen el milió de seguidors en conjunt. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc **(Màxim 2 punts):** La proposta inclou que els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona seran visible a la pàgina web de l'entitat organitzadora amb el logotip integrat al cartell de l'esdeveniment i un missatge destacat a la landing page i de la pàgina web de l'esdeveniment. També es preveu l'enviament de tres newsletters a més de 30.000 usuaris i dues notificacions via app a més de 20.000 socis, totes amb menció explícita del patrocini. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) **(Màxim 1 punt):** El licitador proposa la col·locació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en diversos suports promocionals: entrades (format A4, 5.000 unitats), cartell (format A3, 1 unitat) i flyers (A6, 1.000 unitats) de l'esdeveniment. Aquests últims es distribuïran en esdeveniments previs i espais de gran afluència, reforçant la visibilitat de la marca abans i durant l'esdeveniment. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques

Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa la retransmissió de l'esdeveniment en directe i diferit pels canals autonòmics 3CAT, Esport3 i EITB (País Basc), ens els canals temàtics TNT Sports, TDP, Fox Sports, Edge Sport, Motorsport.tv, Motovision.tv, Teledeporte, MAVTV i Sky Sports, i en el canal generalista internacional ATV (no s'especifica el país), a través dels informatius i programes d'actualitat. **Puntuació obtinguda: 3,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa la retransmissió online de l'esdeveniment a través de la plataforma oficial d'aquest, el canal propi de la competició amb projecció a més de 125 països. Es preveu una durada de 180 minuts i un abast internacional (més de 125 països). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): No s'ha especificat informació concreta sobre emissores, programes o formats de contingut radiofònic. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou publicacions al mitjà imprès d'àmbit local Diari de Tarragona, amb un total de 10 aparicions: 6 en format faldó i 4 en format columna.. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador preveu quatre publicacions al Diari de Tarragona en format digital: tres banners i una menció a xarxes socials. Els banners, en general, es consideren formats de publicitat pagada, per en aquest cas s'entén que es fa referència a l'espai ocupat. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou accions de publicitat exterior i digital: una tanca de 8x3 metres en un punt estratègic de Tarragona, present durant 3 mesos; dos anuncis situats a la part posterior d'autobusos de la ruta Vilafranca-Tarragona, també durant 3 mesos; deu mupis repartits per Reus; i cinc anuncis digitals a la plataforma META. Totes les accions inclouen el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 24 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 8 participants i 5.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador identifica tota espanya com a mercats d'àmbit nacional en els que tindrà impacte l'esdeveniment, i més de 50 països d'àmbit internacional entre els qual es troben França, Alemanya, Països Baixos i Països Nòrdics (mercats estratègics per Costa Daurada). No obstant això, no s'hi inclou informació quantitativa que permeti valorar amb precisió l'abast real d'aquest impacte. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 4 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): En l'àmbit mediambiental, el licitador proposa la implementació d'un sistema de recollida selectiva de residus amb contenidors diferenciats per a plàstic, paper, orgànic i resta, acompanyats de cartelleria visual i multilingüe per facilitar-ne l'ús. També es preveu l'ús de gots reutilitzables amb sistema de fiança, amb l'objectiu de reduir la generació de residus plàstics d'un sol ús.

Pel que fa als criteris socials, es proposa una acció solidària vinculada a la venda d'entrades: per cada entrada venuda, es destinarà 1 euro a una causa social local, canalitzada a través d'una entitat sense ànim de lucre. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 32 PUNTS

AGÈNCIA DE PUBLICITAT INTERNACIONAL CATALANA, SLU: LOT 2

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).
- Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca: La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de trial, no considerada una disciplina estratègica per Costa Daurada però sí amb gran impacte internacional en general. L'esdeveniment, puntuable per a un campionat mundial, es durà a terme a la Tarraco Arena i atraurà públic local i internacional, generant una destacada projecció mediàtica i turística per a la Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 2 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2 punt.

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**):

El licitador proposa diverses actuacions per garantir una presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona al recinte de l'esdeveniment. En primer lloc, es realitzaran projeccions del logotip a totes les pantalles de l'escenari abans de l'inici de l'esdeveniment, assegurant una visibilitat constant, en una espai central de l'escenari. A més, es col·locaran quatre roll-ups de gran format (XL) amb els logotips esmentats, distribuïts per les zones de més afluència de públic.

Pel que fa a la pista, es decorarà una zona exclusiva amb la imatge corporativa de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. També es disposaran 18 metres de publicitat al perímetre de la pista en dos nivells (primer i segon), amb els logotips corresponents.

S'adjunta un imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): Pel que fa a l'equipament, el licitador proposa la incorporació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les samarretes oficials incloses al VIP PASS. Aquestes samarretes mostraran els logotips a la part frontal, amb una mida aproximada de 10x7 cm.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona a la zona del pòdium, mitjançant lones situades al fons de l'espai de lliurament de premis. Aquestes lones asseguruen una visibilitat directa durant els moments de màxima exposició mediàtica i institucional, com ara la cerimònia de lliurament de trofeus. **Puntuació obtinguda: 1,25 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador preveu diverses accions per garantir la menció de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona com a patrocinador oficial. Aquestes inclouen la menció explícita durant la presentació oficial de l'esdeveniment, dues notes de premsa enviades als mitjans de comunicació (una en el moment de l'anunci de l'espectacle i una altra just abans de la seva celebració), i la menció verbal durant

l'entrega de premis, acompanyada de la presència visual dels logotips.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la difusió de la marca Costa Daurada a través de xarxes socials d'Instagram, Facebook, TikTok i LinkedIn. Es preveuen 61 publicacions amb el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en formats de post, stories i reels, tant als perfils de l'organitzador (@sanmigueltarracoarena) com als comptes oficials de l'esdeveniment, amb audiències que superen el milió de seguidors en conjunt. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou que els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona seran visible a la pàgina web de l'entitat organitzadora amb el logotip integrat al cartell de l'esdeveniment i un missatge destacat a la landing page i de la pàgina web de l'esdeveniment. També es preveu l'enviament de tres newsletters a més de 30.000 usuaris i dues notificacions via app a més de 20.000 socis, totes amb menció explícita del patrocini. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la col·locació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les entrades (format A4, 5.000 unitats) i al cartell (format A3) de l'esdeveniment. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 0,75 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa la retransmissió de l'esdeveniment en directe i diferit pels canals autonòmics Esport3 i EITB (País Basc), ens els canals temàtics TNT Sports, TDP, Edge Sport, Fox Sports, Motorsport.tv, Motovision.tv, MAVTV i Sky Sports, i en el canal generalista internacional ATV (no s'especifica el país), a través dels informatius i programes d'actualitat. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa la retransmissió online de l'esdeveniment a través de la plataforma oficial d'aquest, el canal propi de la competició amb projecció a més de 125 països. Es preveu una durada

de 180 minuts i un abast internacional (més de 125 països). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): No s'ha especificat informació concreta sobre emissores, programes o formats de contingut radiofònic. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou publicacions al mitjà imprès d'àmbit local Diari de Tarragona, amb un total de 6 aparicions en format faldó. **Puntuació obtinguda: 0,75 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador preveu quatre publicacions al Diari de Tarragona en format digital: tres banners i una menció a xarxes socials. Els banners, en general, es consideren formats de publicitat pagada, per en aquest cas s'entén que es fa referència a l'espai ocupat. **Puntuació obtinguda: 0,25 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou accions de publicitat exterior i digital: una tanca de 8x3 metres en un punt estratègic de Tarragona, present durant 3 mesos; dos anuncis situats a la part posterior d'autobusos de la ruta Vilafranca-Tarragona, també durant 3 mesos; deu mupis repartits per Reus; i cinc anuncis digitals a la plataforma META. Totes les accions inclouen el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 23,5 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 8 participants i 5.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador identifica tota espanya com a mercats d'àmbit nacional en els que tindrà impacte l'esdeveniment, i més de 50 països d'àmbit internacional entre els qual es troben França, Alemanya, Països Baixos i Països Nòrdics (mercats estratègics per Costa Daurada). No obstant això, no s'hi inclou informació quantitativa que permeti valorar amb precisió l'abast real d'aquest impacte. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 4 punts

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): En l'àmbit mediambiental, el licitador proposa la implementació d'un sistema de recollida selectiva de residus amb contenidors diferenciats per a plàstic, paper, orgànic i resta, acompanyats de cartelleria visual i multilingüe per facilitar-ne l'ús. També es preveu l'ús de gots reutilitzables amb sistema de fiança, amb l'objectiu de reduir la generació de residus plàstics d'un sol ús.

Pel que fa als criteris socials, es proposa una acció solidària vinculada a la venda d'entrades: per cada entrada venuda, es destinarà 1 euro a una causa social local, canalitzada a través d'una entitat sense ànim de lucre. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 31,5 PUNTS

AGÈNCIA DE PUBLICITAT INTERNACIONAL CATALANA, SLU: LOT 3

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

- Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca: La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de trial, no considerada una disciplina estratègica per Costa Daurada però sí amb gran impacte internacional en general. L'esdeveniment, puntuable per a un campionat mundial, es durà a terme a la Tarraco Arena i atraurà públic local i internacional, generant una destacada projecció mediàtica i turística per a la Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 1 punt.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**):

El licitador proposa diverses actuacions per garantir una presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona al recinte de l'esdeveniment. En primer lloc, es realitzaran projeccions del logotip a totes les pantalles de l'escenari abans de l'inici de l'esdeveniment, assegurant una visibilitat constant, en una espai central de l'escenari.

Pel que fa a la pista, es decorarà una zona exclusiva amb la imatge corporativa de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. També es disposaran 18 metres de publicitat al perímetre de la pista en 1 nivell, amb els logotips corresponents.

S'adjunta un imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): Pel que fa a l'equipament, el licitador proposa la incorporació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les samarretes oficials incloses al VIP PASS. Aquestes samarretes mostraran els logotips a la part frontal, amb una mida aproximada de 10x7 cm.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona a la zona del pòdium, mitjançant lones situades al fons de l'espai de lliurament de premis. Aquestes lones asseguruen una visibilitat directa durant els moments de màxima exposició mediàtica i institucional, com ara la cerimònia de lliurament de trofeus. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador preveu diverses accions per garantir la menció de la marca Costa Daurada i Diputació de Tarragona com a patrocinador oficial. Aquestes inclouen la menció explícita durant la presentació oficial de l'esdeveniment, dues notes de premsa enviades als mitjans de comunicació (una en el moment de l'anunci de l'espectacle i una altra just abans de la seva celebració), i la menció verbal durant l'entrega de premis, acompanyada de la presència visual dels logotips. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la difusió de la marca Costa Daurada a través de xarxes socials d'Instagram, Facebook, TikTok i LinkedIn. Es preveuen 61 publicacions amb el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en formats de post, stories i reels, tant als perfils de l'organitzador (@sanmigueltarracoarena) com als comptes oficials de l'esdeveniment, amb audiències que superen el milió de seguidors en conjunt. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou que els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona seran visible a la pàgina web de l'entitat organitzadora amb el logotip integrat al cartell de l'esdeveniment i un missatge destacat a la landing page i de la pàgina web de l'esdeveniment. També es preveu l'enviament de tres newsletters a més de 30.000 usuaris i dues notificacions via app a més de 20.000 socis, totes amb menció explícita del patrocini. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la

ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la col·locació del logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les entrades (format A4, 5.000 unitats) i al cartell (format A3) de l'esdeveniment. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 0,75 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa la retransmissió de l'esdeveniment en directe i diferit pels canals autonòmics Esport3 i EITB (País Basc), ens els canals temàtics TNT Sports, TDP, Edge Sport, Fox Sports, Motorsport.tv, Motovision.tv, MAVTV i Sky Sports, i en el canal generalista internacional ATV (no s'especifica el país), a través dels informatius i programes d'actualitat. **Puntuació obtinguda: 2,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa la retransmissió online de l'esdeveniment a través de la plataforma oficial d'aquest, el canal propi de la competició amb projecció a més de 125 països. Es preveu una durada de 180 minuts i un abast internacional (més de 125 països). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): No s'ha especificat informació concreta sobre emissores, programes o formats de contingut radiofònic. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou publicacions al mitjà imprès d'àmbit local Diari de Tarragona, amb un total de dues aparicions en format faldó. **Puntuació obtinguda: 0,25 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador preveu una publicació al Diari de Tarragona en format digital: un banner. Els banners, en general, es consideren formats de publicitat pagada, per en aquest cas s'entén que es fa referència a l'espai ocupat. **Puntuació obtinguda: 0,15 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou accions de publicitat exterior i digital: una tanca de 8x3 metres en un punt estratègic

de Tarragona, present durant 3 mesos; cinc mupis repartits per Reus; i 3 anuncis digitals a la plataforma META. Totes les accions inclouen el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. S'inclou una imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents.

Puntuació obtinguda: 1,5 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 19.15 punts

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 8 participants i 5.000 persones de públic.

Puntuació obtinguda: 1 punt.

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador identifica tota espanya com a mercats d'àmbit nacional en els que tindrà impacte l'esdeveniment, i més de 50 països d'àmbit internacional entre els qual es troben França, Alemanya, Països Baixos i Països Nòrdics (mercats estratègics per Costa Daurada). No obstant això, no s'hi inclou informació quantitativa que permeti valorar amb precisió l'abast real d'aquest impacte.

Puntuació obtinguda: 4 punts.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 4 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): En l'àmbit mediambiental, el licitador proposa la implementació d'un sistema de recollida selectiva de residus amb contenidors diferenciats per a plàstic, paper, orgànic i resta, acompanyats de cartells visuals i multilingües per facilitar-ne l'ús. També es preveu l'ús de gots reutilitzables amb sistema de fiança, amb l'objectiu de reduir la generació de residus plàstics d'un sol ús.

Pel que fa als criteris socials, es proposa una acció solidària vinculada a la venda d'entrades: per cada entrada venuda, es destinarà 1 euro a una causa social local, canalitzada a través d'una entitat sense ànim de lucre. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 26,15 PUNTS

CHALLENGE SPAIN EVENTS: LOT 1, LOT 2 i LOT 3

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 1, 2 i 3

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca: La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de **triatló** internacional i, per tant, incorpora les disciplines de natació, ciclisme en carretera i curses a peu. Tot i no ser considerada una disciplina estratègica per Costa Daurada, es valora positivament el fet que inclou la pràctica de ciclisme en carretera (modalitat estratègia per Costa Daurada) així com el fet que Salou està certificada en aquesta disciplina. **Puntuació obtinguda: 2.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2,5 punt.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**):

El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada al llarg del recorregut de l'esdeveniment i a les instal·lacions esportives mitjançant diversos suports visuals. Es preveu la producció i ubicació de 2 banners en punts de màxima visibilitat, així com una lona microperforada de 40 metres amb el logotip de Costa Daurada. També s'inclou la producció d'una cinta d'arribada personalitzada, 20 cartells informatius i 10 cartells motivacionals i 21 cartells de punts quilomètrics distribuïts al llarg del recorregut.

A més, es delimitaran espais amb 10 quilòmetres de cinta amb el logo de Costa Daurada (20 unitats de 500 metres) i es col·locarà cartelleria específica a les instal·lacions esportives com el pavelló, la piscina i a l'ajuntament.

Per altra banda, es preveu l'elaboració d'un Branding Kit Costa Daurada amb arc inflable, lona i *fly banners*, integrat amb el material ja existent.

S'adjunta un imatge de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 4,5 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu que el personal de l'organització i els voluntaris portin samarretes, jaquetes i armelles amb el logotip de Costa Daurada, amb un total de més de 100 peces personalitzades. A més, es preveu la incorporació del logotip a les samarretes dels participants (1.500 unitats), als dorsals i a la moqueta d'arribada.

També és proposa la incorporació del logotip de Costa Daurada un photocall específic.

No es valora en aquest apartat les accions de l'arc inflable, lona publicitària de 40 metres i quatre banderoles amb pesos, referenciats i valorats en el punt anterior.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) **(Màxim 2 punts)**: la proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en múltiples zones: es vinilarà el pòdium amb el logotip de la marca, amb visibilitat durant l'exposició, a la zona de meta i en l'acte de lliurament de premis; es personalitzaran les acreditacions de tot el personal implicat en l'esdeveniment (staff - 40 unitats-, motos – 20 unitats-, VIP – 80 unitats -, voluntaris – 40 unitats-, i mitjans de comunicació - 40 unitats-), totes amb el logotip de Costa Daurada visible durant tota la setmana o el cap de setmana de la prova.

També es col·locaran 40 metres de lones i 2 fly banners a la zona d'inscripcions, així com 40 metres de lones i 2 fly banners addicionals a la zona de premsa. S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. **(Màxim 1 punt)**: El licitador contempla la menció explícita de la marca a la pàgina web oficial de la prova, així com la presència de representants de la Diputació de Tarragona a les rodes de premsa oficials.

A més, la marca apareixerà com a patrocinador oficial en totes les notes de premsa (no es detalla la quantitat de notes de premsa previstes d'emetre), incloent-hi una nota específica per anunciar el patrocini. Durant l'entrega de premis, tant general com per grups d'edat, es farà menció explícita de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial. Finalment, la marca també estarà present als vídeos i presentacions promocionals oficials de l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora **(Màxim 2 punts)**: La proposta inclou la difusió de la marca Costa Daurada a través dels perfils de xarxes socials de l'esdeveniment i d'altres comptes vinculats. En concret, es preveuen 120 publicacions a Instagram amb etiquetatge i presència del logotip a la imatge, així com 100 stories amb menció directa de la marca. Aquestes accions es realitzaran des del perfil principal de l'esdeveniment, amb 7.640 seguidors.

A més, es contempla la participació de perfils vinculats com @challengefamily (73.000 seguidors), amb 2 posts i 2 stories, i @juan.challenge (4.500 seguidors), amb 2 posts i 2 stories addicionals. Totes les publicacions inclouran el logotip de Costa Daurada i mencions explícites com a patrocinador oficial. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en diversos canals digitals de comunicació: el logotip s'incorporarà al nom de l'esdeveniment que apareixerà a la pàgina web, així com a l'apartat de patrocinadors. També es preveu la inclusió del logotip a la plataforma d'inscripcions, on serà visible durant tot el procés, i al justificant electrònic d'inscripció dels participants.

Pel que fa a les comunicacions digitals, es contempla l'enviament de newsletters mensuals durant sis mesos a una base de dades de 150.000 usuaris, totes amb el logotip de Costa Daurada. A més, es farà una newsletter específica per presentar Costa Daurada com a patrocinador oficial de l'esdeveniment. Finalment, el logotip també estarà present a l'aplicació mòbil utilitzada durant el procés d'acreditació per recollir la bossa del participant.

S'adjunten imatges de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la producció de 40 cartells oficials promocionals (60x42 cm) amb el logotip de Costa Daurada i el nom de l'esdeveniment, que es col·locaran als principals carrers del municipi, zones de pas i al llarg del recorregut de la cursa a peu durant els tres mesos previs i un mes posterior a l'esdeveniment.

A més, es produiran 3 roll-ups de 2x1 metres amb el logotip de Costa Daurada, ubicats a les instal·lacions esportives (pavelló i piscina) i a una plaça de la localitat. També es distribuiran 2.000 flyers promocionals (21x15 cm) a la bossa del corredor, a la recollida de dorsals i a les instal·lacions municipals. Finalment, s'inclouen 1.500 tiquets d'avituallament final amb el logotip de Costa Daurada i 3 pancartes publicitàries de 6x1 metres ubicades a les avingudes principals de Salou dues setmanes abans de la prova. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada a la plataforma Youtube i a diversos canals especialitzats en triatló:

En concret, es realitzaran 5 retransmissions:

- Challenge Spain: 1 retransmissió (3 minuts, 300 visualitzacions)

- Planeta Triatlón: 1 retransmissió (13 minuts, 3.500 visualitzacions)
- Triatletas en Red: 1 retransmissió (10 minuts, 1.400 visualitzacions)
- Toesteban: 1 retransmissió (13 minuts, 1.200 visualitzacions)
- Challenge Spain (canal principal): 1 retransmissió (5 minuts, 1.000 visualitzacions)

No s'especifica quina serà la presència que tindrà la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**).
 - Radio Flaix FM:
 - 35 mencions de 30 segons al programa Flaix Matí en antena.
 - 16 mencions de 30 segons a la desconexió de Barcelona.
 - 8 dies de presència en slider web a la pàgina de Flaix FM.
 - 4 dies de concurs al programa Flaix Matí, amb mencions específiques.
 - 4 dies de mencions als guanyadors del concurs, també al programa Flaix Matí.

No s'especifica quina serà la presència que tindrà la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta fa referència a accions de publicitat en el mitjà ràdio. Tot i així, es valora en aquest apartat.
 - Diari de Tarragona:
 - 4 publicacions en format taco de portada (100,80 mm x 81,49 mm)
 - 2 mitges pàgines (258 mm x 166,86 mm)
 - 4 faldons 5x2 (258 mm x 81,49 mm)
 - Revista Race Guide Challenge Salou: pàgina dedicada a Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en diversos mitjans digitals especialitzats en triatló i esport. Es preveuen publicacions en forma de cròniques post-esdeveniment a les següents plataformes:
 - Diari de Tarragona: 1 crònica
 - Planeta Triatlón: 1 crònica

- Triathlon Channel: 1 crònica
- Triatletas en Red: 1 crònica

Puntuació obtinguda: 1 punt.

- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou publicitat en mitja pàgina al Diari de Tarragona (258 mm x 166,86 mm), 1 faldó 5x2 a Planeta Triatlón i 1 banner web (300x600 px) a la plataforma especialitzada TriToday.com.

S'adjunten imatges de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 22 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 1.500 participants i 5.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1.5 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1.5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador indica que és un esdeveniment amb repercussió Internacional i visibilitat a desenes de mitjans locals, autonòmics, nacionals i internacionals. Indica que un 53% dels participants seran d'àmbit nacional (principalment Catalunya, Aragó, País Basc, Comunitat Madrid, Comunitat Valenciana i Navarra, zones estratègiques per Costa Daurada), i d'àmbit internacional, destaca la presència de participants de França, regne Unit, Irlanda i Alemanya principalment. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 3 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): En l'àmbit mediambiental, el licitador proposa:
 - a. L'ús de samarretes per a participants, staff i voluntaris confeccionades amb teixit 100% reciclat a partir d'ampolles de plàstic (teixit INFINI_TECH).
 - b. L'ús d'un vehicle oficial 100% elèctric per a la cursa, present tant durant l'esdeveniment com en la promoció prèvia.
 - c. La reducció de l'ús d'ampolles d'aigua mitjançant la substitució per gots de cartró i envasos de gran volum.
 - d. Zones delimitades per a la recollida de residus durant les proves de ciclisme i cursa a peu, amb penalitzacions per als participants que no hi dipositen els residus.
 - e. Sistemes de recollida selectiva amb contenidors diferenciats a la zona de meta, exposició, pàrquing de bicicletes i avituallaments.

- f. Promoció activa del transport públic i sostenible per accedir a l'esdeveniment, amb informació detallada sobre connexions amb tren, bus i opcions per arribar-hi en bicicleta.
- g. Reaprofitament del 100% del material sobrant (samarretes, aliments, begudes, etc.), que es lliura a l'Ajuntament o Brigada Municipal per a la seva redistribució, fomentant l'economia circular.
- h. Pel que fa als criteris socials, es parla d'un esdeveniment inclúsiu anomenat Family run, però no s'indica la relació amb l'esdeveniment objecte de patrocini. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 30 PUNTS.

CLUB TENNIS REUS MONTEROLS: LOT 8 i LOT 10

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 8 i 10.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de **tennis**, que tot i no ser considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada es troba entre les 15 disciplines amb més nombre de federats esportius. En concret, d'acord amb l'Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el tennis ocupa la desena posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol. Per aquest motiu, es puntua amb 3 punts. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 3 punts

- B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:
 - Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar la marca Costa Daurada en diversos punts estratègics del recinte esportiu on se celebrarà el torneig. Concretament, es preveu la instal·lació de lones promocionals amb el logotip de la marca a cadascuna de les 6 pistes de joc principals, garantint una alta visibilitat tant per al públic assistent com per a les imatges difoses per mitjans i xarxes socials; una lona addicional a la zona d'accés principal a les instal·lacions, per reforçar la presència visual des de l'entrada; i la retolació de dos vehicles oficials destinats al transport de jugadors i personal tècnic, que circularan per la ciutat i voltants durant tota la setmana de competició. S'adjunta documentació gràfica amb el disseny i ubicació prevista dels elements visuals. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
 - Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les samarretes del personal voluntari i tècnic de l'organització. En total, es

preveu la producció de 60 samarretes que es portaran durant tota la durada de l'esdeveniment. S'adjunta documentació gràfica amb el disseny previst de les samarretes i la ubicació del logotip. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu la incorporació de la marca Costa Daurada a la zona de lliurament de premis, on es disposaran rètols corporatius i un photocall amb la imatge de la marca, i a l'oficina del torneig, que actua com a centre de coordinació per a participants, àrbitres i mitjans de comunicació, on s'hi incorporaran elements gràfics de la marca per assegurar una presència constant i institucional durant tota la competició. La proposta inclou documentació gràfica amb el disseny del photocall i la ubicació dels suports visuals. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada durant la presentació oficial del campionat, on es farà una menció verbal de la marca i s'inclourà el logotip en tot el material institucional, a l'acte de lliurament de premis, on la marca també estarà present en tots els suports gràfics utilitzats, i a l'acte inaugural, on es comptarà amb un photocall específic de Costa Daurada. Finalment, durant l'aperitiu amb patrocinadors, es col·locarà un roll-up amb la imatge de la marca i es farà una menció explícita del seu suport. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou una estratègia de difusió digital a través dels perfils oficials del Club Tennis Reus Monterols a Instagram, amb més de 4.600 seguidors, i a Facebook, amb prop de 6.900. Es publicaran un total de 20 continguts a cada xarxa, incloent-hi stories, posts i reels. En tots aquests materials es garantirà la presència del logotip de la marca Costa Daurada i s'etiquetarà la marca de manera destacada. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu un banner amb el logotip de la marca Costa Daurada a la portada del web oficial del club durant un període de dos mesos, cobrint tant la fase prèvia com posterior a la celebració del torneig. A més, la marca Costa Daurada també apareixerà en els newsletters setmanals que s'envien als socis del club, mitjançant un banner integrat en cada enviament. S'adjunta una imatge que permet visualitzar com serà la presència de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada tant en suports físics com digitals. En format físic, es preveu la impressió i col·locació de cinc cartells en format A3 dins les instal·lacions del club organitzador, ubicats en punts estratègics com els accessos principals, la

recepció, els vestuaris i la cafeteria. Aquests cartells estaran visibles durant les setmanes prèvies i durant el torneig, oferint una exposició constant de la marca entre els socis i visitants.

En format digital, la marca apareixerà en el cartell oficial del torneig, que es difondrà a través de canals propis i externs com grups de WhatsApp, xarxes socials (Instagram i Facebook) i portals especialitzats en tennis juvenil. Aquesta acció permetrà arribar a un públic segmentat i altament interessat en l'àmbit esportiu i turístic. El disseny del cartell inclourà el logotip de Costa Daurada de manera destacada. S'adjunta una imatge que permet visualitzar com serà la presència de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta inclou la presència de la marca Costa Daurada en dues retransmissions televisives; a Canal Reus TV, que emetrà una peça informativa sobre el torneig amb una durada estimada d'entre 5 i 10 minuts, i on es garantirà la visibilitat de la marca, i al programa "Tierra de Campeones" de Teledeporte, canal esportiu de referència a nivell estatal que dedicarà un espai de 15 minuts a l'esdeveniment. La presència de la marca estarà garantida tant en imatges com en mencions durant les emissions. **Puntuació obtinguda: 3,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa publicacions en suports impresos (67) i digitals (34). La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en dues publicacions al setmanari *El Punt Avui* amb presència del logotip al peu de pàgina, dues publicacions al *Diari Més* en format d'article, i dues més al *Diari de Tarragona*, també en format d'article. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): en la proposta es contempla la publicació de dues notes de premsa al portal del *Diari de Tarragona* i dues més a *Reus Digital*, amb mencions específiques a l'esdeveniment i a la marca, i l'enviament de dues comunicacions a través del newsletter oficial de la Federació Catalana de Tennis. No obstant això, aquestes accions no s'ajusten a l'objectiu específic d'aquest apartat, ja que

corresponen als continguts previstos als apartats 4 i 6 de la present proposta tècnica. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou una acció de publicitat pagada al Diari de Tarragona, mitjançant la contractació d'un banner promocional de la marca Costa Daurada. S'adjunta una imatge que permet visualitzar com serà la presència de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 20 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 176 participants i 3.500 persones de públic. Puntuació obtinguda: 0.5 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0.5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (Màxim 5 punts): El licitador indica una "SI" en les cel·les "Àmbit nacional" i "Àmbit internacional", sense afegir cap informació de valor que permeti la valoració d'aquest apartat. Puntuació obtinguda: 0 punts.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 0 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (Màxim 2 punts): la proposta preveu la reducció de l'ús de plàstic d'un sol ús, substituint-lo per gots reutilitzables en les zones de servei, la implantació d'un sistema de recollida selectiva de residus durant tot el torneig, i la realització d'accions de sensibilització ambiental entre els participants, amb la difusió de bones pràctiques a través dels canals de comunicació del club.

Pel que fa a les mesures de caràcter social, es preveu la incorporació de voluntariat local en les tasques de suport logístic i organitzatiu, fomentant la implicació ciutadana. Paral·lelament, es duran a terme activitats amb escoles de tennis adaptat i clubs del territori que compten amb jugadors amb diversitat funcional, promovent la igualtat d'oportunitats i la integració social. També es garantirà l'accessibilitat de les instal·lacions per a persones amb mobilitat reduïda, assegurant que tothom pugui gaudir de l'esdeveniment en condicions d'equitat. Puntuació obtinguda: 1,5 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1,5 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 25 PUNTS

FEDERACIÓ CATALANA DE BASQUETBOL: LOT 4, LOT 5 i LOT 6

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 4, 5 i 6.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de bàsquet, considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada. El territori disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis destinats a la pràctica i el desenvolupament d'aquest esport, que es troba entre les 15 disciplines amb més nombre de federats esportius. En concret, d'acord amb l'Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el bàsquet ocupa la segona posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts.

B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar els logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona tant a la pista on tindrà lloc la competició (zona central) com a zones secundària del recinte, mitjançant diferents suports visuals: cartells de LED TV al voltant de tota la pista, suports situats a la base de les cistelles, un vinil al terra de la zona de banquetes i a tota la senyalística instal·lada a l'equipament. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador no especifica accions en aquest punt. Per tant, es qualifica amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la presència dels logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona en el *photocall* oficial de l'esdeveniment, per a entrevistes amb TV3 i a la sala de premsa, al tòtem d'entrega de medalles (peu de campions) i als roll up col·locats a la zona de recollida d'acreditacions i entrega de premis. S'adjunten imatges en els annexes on es pot veure els logos i comparar per la seva mida. El Backdrop fa 292cmx220cm. El peu de campions fa 150cm x 50cm. El roll up fa 90cm x 200cm. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada durant la presentació de la Lliga Catalana a Tarragona, amb la incorporació del logotip als backdrops i roll-ups de l'acte. També es fa referència a l'enviament d'informació a mitjans de comunicació, però no s'especifica ni el format ni el grau de visibilitat que tindrà la marca en aquesta acció. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora

(Màxim 2 punts): El licitador proposa la inclusió de la marca Costa Daurada als perfils oficials de la Federació Catalana de Basquetbol a X i Instagram, amb un total de 17 publicacions i una base aproximada de 25.000 seguidors en cadascuna de les plataformes. No obstant això, no s'hi detalla el format ni el grau de visibilitat que tindrà la marca en aquestes accions, motiu pel qual es justifica al valoració obtinguda. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc **(Màxim 2 punts):** El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada a la seva pàgina web oficial (www.basquetcatala.cat), mitjançant la publicació d'una notícia i la seva corresponent difusió. També es fa referència a la disponibilitat d'una aplicació mòbil amb un ampli seguiment i la possibilitat d'enviar notificacions push, tot i que no s'especifiquen accions concretes associades a aquesta eina. A més, menciona que disposa d'un compte de Flickr amb imatges de tots els actes relacionats amb l'esdeveniment; tanmateix, tampoc no s'hi detalla quin grau de visibilitat tindrà la marca Costa Daurada en aquest entorn. Finalment, no s'adjunta cap document gràfic (plànol, dibuix o esquema) que permeti visualitzar o contextualitzar la presència de la marca. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) **(Màxim 1 punt):** El licitador proposa col·locar els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en el vinil col·locat en dues culeres d'autobusos municipals de Tarragona, així com en un rètol situat a la Rambla de Tarragona, dins d'una gràfica vinculada a l'esdeveniment. Tot i que aquests elements es consideren habitualment suports d'exterior, propis de l'apartat de mitjans pagats, en aquest cas s'entén que no es tracta d'una acció publicitària contractada, sinó d'una cessió per part de l'Ajuntament de Tarragona, i per tant, es valoren com a suports propis. A més, es preveu incloure els logotips en les entrades físiques i digitals de l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) **(Màxim 5 punts):** El licitador proposa una difusió de la marca Costa Daurada mitjançant el canal autonòmic 3CAT, concretament a través del programa ESPORT3. Es preveu una cobertura amb 10 retransmissions que sumaran un total aproximat de 2 hores d'emissió. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) **(Màxim 1 punt):** el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques **(Màxim 3 punts):** el licitador no proposa

cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts.
Puntuació obtinguda: 0 punts.

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa publicacions en suports impresos (67) i digitals (34). A la proposta no es detalla el nom dels suports, i per tant no es pot identificar si son suports regionals, estatals o internacionals per poder-ne fer la valoració d'acord als criteris establerts a la memòria justificativa de la licitació. Tampoc s'indica quin tipus de presència tindrà la marca Costa Daurada en aquestes publicacions.
Puntuació obtinguda: 1,5 punt.
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat, però es valora amb 1 punt perquè en l'apartat anterior ha inclòs informació referent a aquest punt.
Puntuació obtinguda: 1 punt.
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 18,5 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 280 participants i 20.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat C: 2 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**): el licitador no detalla cap informació en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts.
Puntuació obtinguda: 0 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador destaca que l'organitzador de l'esdeveniment implementarà el programa BQ Sostenible, una iniciativa de la Federació Catalana de Basquetbol que promou la sostenibilitat ambiental mitjançant accions concretes com la reducció de residus, la promoció de la mobilitat sostenible i l'adopció de criteris d'economia circular. (<https://www.basquetcatala.cat/bqsostenible>). Aquest programa s'alinea amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) de les Nacions Unides i actua com a eina de transformació social dins l'àmbit esportiu.

A més, es preveu la implementació del programa BQ Voluntaris, que fomenta

la participació ciutadana en l'organització d'activitats esportives, tot promovent valors com el compromís, la solidaritat i la formació en valors entre els voluntaris (<https://www.basquetcatala.cat/hqvolutari>). Aquesta iniciativa contribueix a crear una comunitat cohesionada i activa al voltant de l'esport.

També s'inclourà el programa BQ Salut, orientat a la prevenció de lesions i la promoció del benestar físic dels participants (<https://www.basquetcatala.cat/bqsalut>). Aquest programa ofereix formació específica als clubs i compta amb la col·laboració de professionals mèdics especialitzats en medicina esportiva, amb l'objectiu de reduir la sinistralitat i millorar la salut dels esportistes federats.

D'altra banda, el programa BQ Valors reforçarà l'educació en valors com el respecte, la tolerància, l'esforç i el joc net (<https://www.basquetcatala.cat/bqvalors>).

En aquest marc, es distribuïran aplaudidors reciclables i biodegradables amb el lema "NOMÉS VOLEM JUGAR", una acció simbòlica i pedagògica que forma part de la campanya contra les conductes violentes als terrenys de joc. Aquesta iniciativa busca sensibilitzar tant els participants com el públic assistent, promovent un entorn esportiu segur i respectuós. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 2 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 26,5 PUNTS

FEDERACIÓ CATALANA DE TENNIS TAULA: LOT 4, LOT 5, LOT 6, LOT 7, LOT 9

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 4, 5, 6, 7 i 9.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**): La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de tennis taula, que, tot i la seva trajectòria esportiva consolidada, encara no gaudeix de la mateixa visibilitat ni del mateix impacte turístic que altres disciplines més massives a la Costa Daurada, com ara el futbol o el ciclisme i, per tant, no és considerada una de les disciplines prioritàries. Tot i aquest fet, aquesta disciplina ocupa un lloc rellevant en l'àmbit esportiu del territori ja que la regió disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis orientats a la pràctica i promoció d'aquest esport, així com de clubs que competeixen a nivell nacional i europeu, els quals, en alguns casos, participen en esdeveniments d'abast internacional.

A més, una part significativa de les competicions i esdeveniments de tennis taula se celebren fora de la temporada alta, fet que contribueix a l'ocupació hotelera i a la dinamització econòmica en períodes de menor afluència turística. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2 punts

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar els logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona tant a la zona de joc on tindrà lloc la competició (zona central) com a zones secundària del recinte, mitjançant diferents suports visuals: tanques perimetrals de la zona de competició (30 unitats de 2m * 1m) que es distribuïran en zones estratègiques perquè es puguin veure tant des de les retransmissions com pel públic assistent; tanca a la zona central de la paret, davant de la pista central (10 unitat de 1m * 1m), i tanques delimitadores del recorregut dins del recinte esportiu (4 unitats de 2m * 1m). S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5,5 punts**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa la presència del logotip de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona a l'esquena de cada jugador/a que pertany al club organitzador, concretament a la part superior del tronc (10 unitats en format 20cm X 20cm). També s'incorporarà els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona (en format 20*20cm) a la vestimenta de l'equip tècnic, dels organitzadors i dels voluntaris de l'esdeveniment, en concret també a la part superior del tronc de la samarreta. A més, es col·locarà un adhesiu al transport oficial de l'esdeveniment (cotxe i autobús). **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa incloure la presència dels logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona a la sala de premsa i al *photocall* de l'esdeveniment. S'adjunten imatges als annexes, on es pot veure els logos i la seva mida, on s'observa que els logos de Costa Daurada i Diputació de Tarragona conviuran amb diversitat d'altres logotips. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada durant l'entrega de premis de l'esdeveniment, mitjançant la menció expressa de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la inclusió de la marca Costa Daurada a través de la menció expressa com a patrocinador oficial als perfils oficials d'Instagram de l'esdeveniment, del club esportiu organitzador i de la Federació Catalana de Tennis Taula (**FCTT**). Es realitzaran de 20-25 publicacions a la setmana, durant tota la durada de l'esdeveniment, cada perfil, entre *posts*, *stories* i *reels*.

El licitador també proposa la publicació d'entre 10 i 15 publicacions a la setmana durant tota la durada de l'esdeveniment a les xarxes socials de

Facebook i X, sense especificar el perfils concrets. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la presència dels logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona a la part inferior de la pàgina web de l'esdeveniment, junt amb la resta de patrocinadors. Els logotips estaran enllaçats a les pàgines web corresponents de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa incloure els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona als flyers (5.000 unitats) que s'emetin per a donar a conèixer l'esdeveniment. També s'inclourà el logotip Costa Daurada i Diputació de Tarragona en un roll-up que s'instal·larà al recinte durant l'esdeveniment. El roll-up tindrà unes dimensions de 0,85 x 2m i els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona que s'ubicaran a la part superior seran de 20 x 50cm. Els logotips conviuran amb altres marques comercials.

El licitador també proposa incloure el logotip de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a les acreditacions que s'emetin relacionades amb l'esdeveniment (150 unitats aprox.). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa una difusió de la marca Costa Daurada al canal autonòmic 3CAT, a través presència en el programa d'informatius (2 vegades durant l'esdeveniment, 1 minut per cada retransmissió); a la Xarxa TV (la plataforma de streaming que dona accés a més de 30 televisions locals de Catalunya), a través presència en el programa d'informatius (5 vegades durant l'esdeveniment, 1 minut per cada retransmissió); i a la televisió local Canal Reus, també a través de la presència en el programa d'informatius (5 vegades durant l'esdeveniment, 1 minut per cada retransmissió). Es preveu una cobertura amb 12 retransmissions que sumaran un total aproximat 12 minuts d'emissió. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de la plataforma de Youtube, mitjançant l'aplicació fixa del logo de Costa Daurada en diferents plans de càmera (format "mosca") i l'emissió d'un anunci publicitari de Costa Daurada durant els 4 dies de competició. La durada dels partits d'un dia seran entre 10-12h. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de l'emissió de 5 notícies amb una durada d'un minut cadascuna a l'emissora de radio local Radio Nova, en concret a la secció de Notícies del programa esportiu, i l'emissió de 5 notícies amb una durada d'un minut cadascuna a l'emissora de ràdio Catalunya Ràdio, en concret, a la secció de notícies del programa dels Matins de Catalunya Radio. No s'especifica quina presència tindrà la marca Costa Daurada en aquestes emissions. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa 2 publicacions al Diari Més Tarragona, 2 publicacions al Diari Tarragona i 2 publicacions al diari l'Esportiu, suports d'àmbit locals i comarcal, i 1 publicació al Diari Sport, suport d'àmbit nacional. En els tres casos, s'especifica que es tractarà de la publicació de notícia breu de contingut Esportiu/Informatiu, sense especificar, però, quina serà la presència de Costa Daurada en aquestes publicacions. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa 2 publicacions al suport digital Reus Digital, 3 publicacions a la versió digital del Diari Tarragona, 1 publicació a la versió digital del Diari Sport (sport.es) i 2 publicacions a la plataforma digital de FCTT (sigles de Federació Catalana de Tennis de Taula, l'organisme oficial que regula, promou i organitza el tennis de taula a Catalunya). En tots els casos, s'especifica que es tractarà de la publicació de notícia breu de contingut Esportiu/Informatiu, sense especificar, però, quina serà la presència de Costa Daurada en aquestes publicacions **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 22,5 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 25-30 participants i 300 persones per partit de l'equip local que tindrà un total de 3 partits durant la fase de grup- lo que vol dir que el total serà de unes 900-1000 persones durant tot l'esdeveniment. Per la valoració es té en compte que una part de les persones assistents poden ser repetidores entre partits. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**): Es preveu l'assistència de

jugadors d'àmbit nacional, entre els quals destaquen representants de Catalunya i Andalusia. El licitador també especifica que l'esdeveniment comptarà amb la participació de 100 jugadors internacionals, provinents de països com Anglaterra, Països Nòrdics, França, Alemanya i Portugal.

En la valoració, s'ha tingut en compte que Andalusia no forma part dels mercats considerats estratègics per a la Costa Daurada. Pel que fa als mercats internacionals, tot i el nombre reduït de participants per país, es valora positivament el potencial de visibilitat que pot generar la presència de representants internacionals, ja que pot afavorir l'interès i la projecció de l'esdeveniment en els seus respectius països d'origen. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 2 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. **(Màxim 2 punts):** La proposta presentada pel licitador destaca diverses mesures ambientals orientades a la sostenibilitat. El recinte disposarà d'una font d'aigua per tal d'evitar al màxim els residus plàstics que es poden generar amb botelles individuals, i es fomentarà l'ús de carmanyoles i botelles reutilitzables entre els participants.

D'altra banda, s'indica que el club disposarà de papereres per a la recollida selectiva de residus, diferenciades per fraccions (paper, plàstic i rebuig), amb l'objectiu de fomentar el reciclatge entre els participants i assistents. Així mateix, el club compta amb il·luminació LED a tot el recinte, fet que contribueix a l'eficiència energètica de les instal·lacions. També es fa constar que la difusió dels esdeveniments es realitza exclusivament a través de les xarxes socials, amb la finalitat de minimitzar el consum de paper. Tanmateix, aquests tres darrers aspectes no es tenen en compte en la valoració, ja que no es consideren elements intrínsecs a l'esdeveniment en si.

Pel que fa a les mesures socials, el licitador destaca que, durant l'esdeveniment, es formalitzaran convenis específics amb diverses entitats socials del municipi de Reus i de la província de Tarragona, amb l'objectiu de facilitar-ne l'accés i la participació. Entre les col·laboracions previstes, cal destacar la implicació de l'Associació Parkinson Reus i Baix Camp, l'Associació Dr. Tosquelles, l'Associació DOWN, entre d'altres. També s'inclou que el recinte disposarà d'instal·lacions accessibles i adaptades i que es fomentarà la inclusió social de tots els participants. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1,5 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 28,5 PUNTS

GIMNÀSTIC TARRAGONA SAD: LOT 1, LOT 2, LOT 3, LOT 7

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lot 1, lot 2, lot 3 i lot 7.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" **(Màxim 4 punts).**

La proposta s'emmarca dins la disciplina **de futbol**, considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. Actualment, Cambrils i Salou disposen de la certificació oficial en aquesta disciplina, i Prades compta també amb equipaments certificat per a la pràctica de futbol.

A més, la destinació ofereix una àmplia xarxa d'infraestructures i serveis especialitzats per a la pràctica i promoció d'aquest esport, que es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats. Concretament, segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el futbol ocupa la primera posició pel que fa al nombre de llicències federatives a l'Estat espanyol. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 4 punts

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives **(Màxim 6 punts)**: La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en a diverses ubicacions de l'estadi d'inauguració: al terreny de joc, al videomarcador de l'estadi, a les portes d'entrada de l'estadi, als torns d'entrada, a les zones centrals de la grada en format de cartells publicitaris, a la zona del gol sud, a les posicions UTV, a la sala mixta, a la sala presidencial, a la sala de premsa, a l'accés a la tribuna, entra altres ubicacions estratègiques que no es detallen. A més, la proposta indica que als camps de joc s'afegiran un mínim de dues tanques publicitàries per camp per donar visibilitat a les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona. Com a zona secundària, als accessos a la tribuna trobarem un cartell mencionant la marca Costa Daurada. La proposta inclou exemples gràfics de la inserció del logotip en part aquests suports, però sense la convivència convinguda dels logos de Cota Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material **(Màxim 6 punts)**: La marca Costa Daurada estarà present a la màniga de la samarreta de joc dels partits. També es preveu la incorporació del logotip a la nevera d'aigües portàtil utilitzada per l'equip en entrenaments i desplaçaments, així com a l'autocar oficial, amb un logotip a cada lateral. S'adjunten imatges de referència amb la ubicació i proporcions del logotip. **Puntuació obtinguda: 4 punts**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) **(Màxim 2 punts)**: la marca Costa Daurada tindrà presència a la zona mixta mitjançant un panell backdrop, i a la sala de premsa amb un panell i un suport estàtic al micròfon. A més, es convidarà als representants de la Diputació i del Patronat de Turisme per participar en l'esdeveniment, amb visibilitat reforçada mitjançant tanques, roll-ups i suports estàtics. També es farà menció de la marca al podi d'entrega de premis i s'incorporarà el logotip a les acreditacions. S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. **(Màxim 1 punt)**: la marca serà present a l'acte de presentació de l'esdeveniment mitjançant un photocall i un micròfon personalitzat. També es farà menció a les notes de premsa i es facilitarà un espai a les instal·lacions per a accions promocionals. . **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora **(Màxim 2 punts)**: La marca Costa Daurada serà mencionada i visible en més de 10 publicacions a Twitter, Instagram, Facebook i Flickr, amb un abast total de gairebé 200.000 seguidors. Es farà ús de mencions en format hashtag i es mostrarà el logotip en posts, stories, vídeos i fotografies. No s'especifica el nom dels perfils per no desvetllar el nom de l'equip. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc **(Màxim 2 punts)**: Es preveu la inclusió del logotip al butlletí informatiu de l'esdeveniment, a les comunicacions oficials durant els partits (alineació, mitja part, resultat final) i a la pàgina web oficial del club amb la incorporació del logotip de la marca Costa Daurada entre els logotips d'altres patrocinadors. S'adjunta l'esquema requerit indicant el suport i la ubicació prevista de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. **(Màxim 1 punt)**: El licitador proposa la producció de 2.500 unitats de flyers, tríptics i cartells amb el logotip de la marca, així com més de 5.000 calendaris promocionals. La proposta indica la mida dels materials i inclou exemples gràfics de la inserció del logotip de Costa Daurada .**Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) **(Màxim 5 punts)**: es contempla la retransmissió del torneig per MEDIAPRO, i la cobertura per part de TV3 i TVE Catalunya. També es preveu la retransmissió dels partits per un canal de la lliga professional. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) **(Màxim 1 punt)**: es preveu la difusió de vídeos complets, reels i shorts a YouTube i Instagram, amb mencions i presència del logotip. No s'especifica el nom dels perfils per no mencionar el nom de l'equip. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques **(Màxim 3 punts)**: La proposta preveu retransmissions radiofòniques de l'esdeveniment a través de l'emissora local

Tarragona Ràdio, especificant que estan previstes 2-3 falques durant la setmana de l'esdeveniment de 20 segons aproximadament informant del torneig, on es mencionarà expressament el nom de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial de l'esdeveniment. El format falca és un format publicitari i per tant, es puntuarà en l'apartat 13 d'aquesta proposta. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos **(Màxim 3 punts)**: La proposta preveu la presència de Costa Daurada en les publicacions en els suports regionals i locals Diari de Tarragona, Diari Més, AltoAragón, El Norte de Castilla, La Mañana, Segre, Europasur i MálagaHoy que donaran cobertura a l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online **(Màxim 1 punt)**: La proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada, com a mínim una vegada, en notícies publicades al mitjans online de Diari de Tarragona, Diari Més, AltoAragón, El Norte de Castilla, La Mañana, Segre, Europasur i MálagaHoy.

S'explica que, tot i que algunes notícies poden coincidir amb les de premsa escrita, es justifica la seva inclusió com a mitjans diferenciats per l'abast i el públic objectiu. També s'argumenta que la cobertura online complementa la impresa i que, per tant, la visibilitat de la marca és significativa en ambdós canals. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada **(Màxim 3 punts)**: Es preveu una campanya d'anuncis a Instagram per promocionar l'esdeveniment, on apareixerà el logotip de la marca Costa Daurada entre els d'altres patrocinadors. També es preveu la inserció de publicitat a peu de pàgina d'una revista de l'equip.

Per altra banda, es menciona l'acció d'incloure la marca al videomarcador de l'estadi, però aquest no puntua en aquest apartat al ser considerat un mitjà propi.

Es té en compte l'acció descrita en el punt 10 d'aquesta proposta tècnica.

S'inclou l'exemple gràfic d'una de propostes. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 23 punts

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. **(Màxim 2 punts)**: D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 1.675 participants i 3.525 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1 punt**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre **(Màxim 5 punts)**. El licitador no especifica amb claredat els mercats concrets als quals s'adreçarà l'abast de l'esdeveniment, limitant-se a afirmar que tindrà repercussió tant a nivell nacional com

internacional. Aquesta manca de concreció comporta una valoració de **0 punts** en aquest criteri. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0 punts

- E. Criteris mediambientals i socials. **(Màxim 2 punts):** En l'àmbit ambiental, es destaquen mesures com l'ús de reg eficient, il·luminació LED, transport amb dièsel renovable, plaques solars i la gestió municipal de residus a les instal·lacions. Tanmateix, la valoració es fa considerant que aquestes actuacions no responen directament a iniciatives impulsades específicament per l'esdeveniment objecte de patrocini.

Pel que fa a l'àmbit social, l'esdeveniment es presenta com una acció de gran valor inclusiu, promovent la integració de persones amb discapacitat intel·lectual a través de l'esport. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt

TOTAL PUNTUACIÓ: 29 PUNTS

JOAN CARBONELL: LOT 1, LOT 2, LOT 3

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 1, 2 i 3.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" **(Màxim 4 punts).**

La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de cursa de muntanya, considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada. El territori disposa d'un ampli ventall de serveis destinats a la pràctica i el desenvolupament d'aquest esport que, dins dels esports de muntanya, té una presència destacada com a esport federat. A més, les curses de muntanya donen visibilitat i posen en valor el marc excepcional de l'interior de la Costa Daurada i Terres de l'Ebre i permeten desestacionalitzar la demanda, diversificar l'oferta turística i descentralitzar l'activitat turística portant-la a espais menys saturats i amb potencial de creixement. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts.

- B. Difusió de la marca. **(Màxim 36 punts).** Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives **(Màxim 6 punts):** El licitador proposa incorporar els logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona tant a la pista on tindrà lloc la competició (zona central) com a zones secundàries del recorregut, mitjançant diferents suports visuals: arc inflable propi a la zona de sortida-meta, amb la col·locació del logo de la cursa al centre, amb l'afegit del nom de la Costa

Daurada, i a les zones laterals, per davant i per darrere; 8 lones de 3m d'ample x 1m d'alçada cobrint les tanques col·locades abans i després de l'arc, a cada costat, amb un total de 12 metres per costat; col·locació dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona de mida 50cm * 20cm al rellotge de la zona de la meta; arc de Costa Daurada a la zona de sortida-meta; i col·locació de faldons a la taules i/o carpa de la zona d'avituallament amb els logos de Costa Daurada i Diputació de Tarragona.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa posar els logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona a la part frontal (zona del pit), i la zona de la màniga esquerra de les samarretes de l'esdeveniment i de l'staff. També proposa col·locar els logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona als dorsals, a la part central de la foto oficial que es descarrega gratuïtament el corredor, i al llarg de la cinta de meta, a banda i banda del recorregut de la cursa.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la presència dels logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona als faldons de la zona d'inscripcions (2 lones), al podi, als trofeus i a la zona del *photocall*. S'inclou un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada en dues notes de premsa (una emesa abans i l'altra després de l'esdeveniment), a la presentació oficial de l'esdeveniment / roda de premsa, i a l'entrega de premis, a través de 10 mencions de l'speaker. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la inclusió de la marca Costa Daurada als perfils oficials de l'esdeveniment a Facebook i Instagram, amb un total de 40 publicacions (20 en cada xarxa social) i una base aproximada de 8.000 seguidors a Instagram i 10.500 seguidors a Facebook. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la inclusió d'un apartat exclusiu de contingut sobre la Costa Daurada a la web de l'esdeveniment (100-150 caràcters / 2 fotos / 1 baner i amb la inclusió dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona). A la mateixa web de la cursa, s'inclourà a la zona de patrocinadors els logotips de Costa Daurada + Diputació de Tarragona enllaçats a les corresponents webs. També ofereix la difusió de la marca mitjançant l'enviament de 8 newsletters (50.000 enviament aproximadament, durant la promoció de l'esdeveniment) amb el logo de Costa Daurada i a l'app pel seguiment de la cursa.

També s'incorpora una acció anomenada "COMUNICAT TÈCNIC – GUIA ESPORTISTA", on es destinarà una pàgina sencera a Costa Daurada com a destí esportiu (100-150 caràcters / 2 fotos. mida A4). No queda clar, però, a quin suport es refereix aquesta acció.

Per últim també es fa menció al fet de fer visibles els tracks de la cursa a wikiloc, afegint el logo de Costa Daurada i la Diputació de Tarragona.

S'inclou un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la col·locació dels logotips de Costa Daurada i la Diputació de Tarragona en diversos materials promocionals. Es preveu la instal·lació de cartells-pòsters en format A2 a les entrades i sortides de cada municipi per on transcorri la cursa, així com en espais de gran afluència com cooperatives, casals, bars, comerços i ajuntaments, amb una tirada total de 30 unitats. Paral·lelament, es distribuïran 100 cartells-pòsters en format A3 a diversos clubs esportius i botigues especialitzades de Catalunya, amb l'objectiu de reforçar la difusió entre el públic esportiu.

A més, s'inclou la distribució de 15.000 flyers promocionals, que es repartiran en curses esportives de caràcter català, estatal i internacional. Aquesta acció es durà a terme tenint en compte els mercats estratègics de la Costa Daurada, com ara Aragó, País Basc, Madrid, Navarra, Comunitat Valenciana, França, Alemanya, Anglaterra, Irlanda, Benelux i els Països Nòrdics. S'inclou un esquema dels pòsters i *flyer* de l'esdeveniment amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de diversos canals de televisió i plataformes digitals amb una cobertura audiovisual basada en l'impacte assolit en l'edició anterior del mateix esdeveniment.

La presència a 3Cat, mitjançant la seva versió de televisió connectada

(OTT), contempla una previsió d'uns 7 minuts d'emissió aproximada.

Pel que fa a Movistar Deportes, canal temàtic de pagament integrat a la plataforma Movistar Plus+, es preveu la inclusió de continguts dins el programa "Competición", amb sis emissions previstes i una durada estimada de 7 minuts per emissió. La difusió es realitzarà tant en versió en obert com sota demanda.

En el cas del canal temàtic Esport3, la cobertura es durà a terme a través del programa "Temps d'aventura", amb dues emissions previstes i una durada aproximada de 7 minuts per emissió.

A la plataforma digital EVASIÓN TV PLAY, especialitzada en esports outdoor i turisme actiu, es preveu la difusió del contingut mitjançant emissió en línia sota demanda, amb especial atenció a disciplines com les curses per muntanya, el ciclisme i altres proves d'aventura.

Finalment, es contempla la cobertura a la televisió local Canal Reus, a través dels seus espais "Informatius" i "Reus Esports", amb una previsió de quatre emissions per programa, reforçant així la presència mediàtica a nivell comarcal. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa l'emissió de l'esdeveniment (7 hores) a la plataforma de YOUTUBE, a través dels perfils "Cursa" i Evasión TV play. No s'especifica quina serà la presència concreta de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de l'emissió en diverses emissores. En concret, al programa *Territorio Trail* de Radio Aragón (ràdio regional), on preveu realitzar 3 accions en què es dirà un mínim de 4 vegades en cada acció la frase "Amb el patrocini de Costa Daurada i Diputació de Tarragona", i inclourà una entrevista de 10 minuts, una notícia prèvia de 3 minuts i un reportatge de 10 minuts. Per altra banda, Radio Trail, un podcast especialitzat en curses de muntanya, en el seu programa *Carreras de Montaña*, on es preveu fer 4 mencions en format notícia. A RAC1, dins del programa *Ultra Esports*, on es preveu fer una menció de 2 minuts també en format notícia i, finalment, Catalunya Ràdio on es preveu incloure una menció de 2 minuts dins de l'espai *Esports*, també en format notícia. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): El licitador proposa publicacions en suports escrits d'àmbit autonòmic i estatal: a Revista Trail (mitjà nacional especialitzat) es preveu publicar una notícia; al Diari de Tarragona (mitjà local) es faran dues publicacions en format notícia; i als diaris esportius de caràcter nacional Mundo Deportivo i Diari Sport es preveu publicar una

notícia en cadascun sobre l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa publicacions en suports online especialitzats: Ultres Catalunya, on es preveuen dues publicacions en format notícia; a Desnivel, on es contemplen dues publicacions en format notícia; i a Trail Run, on es preveuen també dues publicacions en format notícia. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): El licitador proposa les següents accions en publicitat pagada: una publicació en format reportatge a Revista Trail (àmbit nacional); dues publicacions en format notícia i reportatge a Trail Endurance (àmbit nacional); tres publicacions en format notícies, reportatge i seguiment a Ultres Catalunya (àmbit autonòmic); dues publicacions en format anunci i reportatge a Territorio Trail, Trail Run i Revista Oxígeno (tots d'àmbit nacional); dues publicacions en format notícia i reportatge al canal de YouTube Maigua Ojeda (60.000 seguidors, àmbit nacional: Madrid-València); dues publicacions en format anunci i reportatge a Run Ultra (xarxes amb 45.000 seguidors, àmbit internacional: Regne Unit); dues publicacions en format anunci i reportatge a The Running Channel (YouTube amb 700.000 seguidors, àmbit internacional: Regne Unit); publicacions en format anunci, reportatge i seguiment a InfoTrail.es (àmbit nacional), InfoTrail Catalunya (àmbit autonòmic) i Desnivel / Carreras por Montaña (àmbit nacional); una publicació a Maratón Radio (àmbit nacional); quatre publicacions en format notícia, anunci, reportatge web i xarxes socials (Instagram i Facebook) a Polkujuoksija Mag (<https://juoksija.fi/>, àmbit internacional: Finlàndia); i finalment, la producció i distribució de continguts audiovisuals amb la productora internacional Icarus Sport, incloent una peça de 5 minuts per a notícies de TV, tres vídeos destacats de 2 minuts per a mitjans digitals, una peça de 3 minuts per a la sèrie "The Outdoor Sports Show" i la seva distribució a plataformes internacionals com ENEX, Reuters, SNTV, BBC News, Euronews i DW (àmbit internacional). La documentació presentada no detalla el tipus de presència prevista per a la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 2.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 28 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 800 participants i 1.500 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador identifica com a mercats en els que tindrà impacte l'esdeveniment, d'àmbit nacional

Catalunya, Aragó, Madrid, València, Navarra i el País Basc, i d'àmbit internacional França, el Regne Unit, Irlanda, els Països Nòrdics i Andorra, la majoria dels quals són considerats territoris estratègics per a la marca Costa Daurada. No obstant això, no s'hi inclou informació quantitativa que permeti valorar amb precisió l'abast real d'aquest impacte. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 4 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador destaca la renovació del segell Petjada verda o similar. El segell Petjada Verda és un segell mediambiental de la FEEC (federació d'entitats excursionistes de Catalunya). L'organització el va adquirir en 2024 i informa que el renovaran al 2025.

També inclouen a la proposta que treballaran conjuntament amb el Parc Natural de la Serra de Montsant per tal de millorar els aspectes mediambientals de la cursa i, alhora, buscar sinèrgies per ajudar-se mútuament.

Pel que fa a les propostes de mesures de caràcter social el licitador es planteja una acció lligada amb el segell de petjada verda consistent en fer una aportació a entitats socials de la zona del Montsant. En aquest cas seria a l'entitat Prioritat per valor 0.8% de l'import de la licitació, si finalment aquesta s'aconsegueix per ajudar a portar a terme els seus projectes socials a la zona.

Puntuació obtinguda: 2 punts.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 2 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 38,5 PUNTS

JOAN CARBONELL: LOT 4, LOT 5, LOT 6, LOT 7, LOT 8, LOT 9, LOT 10, LOT 11

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 i 11.

La proposta presentada per l'adjudicatari és idèntica a la presentada per als lots 1, 2 i 3 excepte en l'apartat B, punt 9 sobre "Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre)". En aquest punt no s'hi fa constar cap proposta. Això queda reflectit en la puntuació obtinguda en aquest punt concret: 0 punts i en la valoració global del conjunt de la proposta.

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 27,5

TOTAL PUNTUACIÓ: 38 PUNTS

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ATLETISMO: LOT 1, LOT 2, LOT 3, LOT 4, LOT 5, LOT 6 i LOT 7

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 1, 2, 3, 4, 5, 6 i 7.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina d'**atletisme**, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada, tot i que aquesta disciplina es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu es valora amb 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 1 punt.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada al llarg del recorregut i en les zones clau de l'esdeveniment, concretament: arcs, cartells, lones, sobreimpressions, vinils al terra i a la pista; tanques publicitàries (estàtiques i lluminoses); i graderies i zona de sortida. La proposta incorpora imatges de disseny i exemples gràfics de la implementació. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada al pòdium i al photocall, amb convivència amb altres logotips. La proposta inclou imatges de disseny que mostren la implementació gràfica de la marca en aquests espais. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): Es preveu la presència de la marca en la presentació oficial de l'esdeveniment a mitjans i en les 6 notes de premsa previstes d'enviar. No s'especifica quina presència tindrà la marca Costa Daurada en aquestes comunicacions. **Puntuació obtinguda: 0,5 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La proposta contempla la difusió de la marca Costa Daurada a través dels perfils de la Federació Espanyola de Atletismo a Instagram, X, Facebook i Tik Tok, a través de la publicació de posts (no s'indica la quantitat per xarxa social) i amb un abast global de gairebé 300.000 seguidors. A més també es preveu activitat en la plataforma de Youtube, però es menciona el format "post" sense erroni per aquesta plataforma. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): Es preveu la publicació de 6 notícies sobre l'esdeveniment, però la proposta no indica detalls del suports ni quina serà presència de la marca Costa Daurada en aquestes publicacions. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. (**Màxim 1 punt**): la proposta preveu la producció d'un cartell promocional en format digital (web i xarxes socials). S'adjunta una imatge de referència per veure la presència que tindran els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona, els qual conviuran amb altres logotips en aquest material. **Puntuació obtinguda: 0,1 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta inclou la retransmissió íntegra de l'esdeveniment en directe per RTVE Teledeporte (6 jornades, 22 hores), l'emissió online a RTVE Play i RFEATV (YouTube). **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): es preveu la publicació d'una mitja pàgina publicitària al Diari de Tarragona, amb un format de 258 mm de base per 166,86 mm d'alçada. La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 10,1 punts.

C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador,

aquest preveu una assistència de 821 participants i 21.000 persones de públic (3.500 persones * 6 sessions). **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador indica una "X" en les cel·les "Àmbit nacional" i "Àmbit internacional", sense afegir cap informació de valor que permeti la valoració d'aquest apartat. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la reducció de l'ús de paper, el seguiment de la competició via telèfons mòbils i els desplaçament del personal federatiu en vehicles elèctrics

La proposta de mesures de caràcter social es limita a "accions amb el club local i els seus atletes de totes les categories".

La falta de valor de les accions i el detall de les mateixes fa que es valorin amb 0.25 punts. **Puntuació obtinguda: 0,25 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 0,25 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 12.85 PUNTS.

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE KARATE Y DA: LOT 9

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **Karate i DA**, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. Tot i això, aquesta disciplina es troba entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu, la puntuació obtinguda és 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 1 punt.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada a la pista de competició mitjançant 6 suports visuals (lones). La proposta inclou una imatge per indicar el lloc de col·locació de les lones. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu que la marca Costa Daurada es mostri a 50 samarretes del personal d'organització i a 1 autobús de l'esdeveniment. La proposta inclou la imatge de la samarreta

de l'staff amb els logos de Costa Daurada i Diputació de Tarragona en convivència amb altres logotips. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada a la trasera del pòdium durant 21 entregues de premis i al Photocall d'entrevistes en 21 connexions. S'adjunta un esquema dels elements amb la ubicació prevista i les proporcions corresponents de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): Es preveu una roda de premsa institucional. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): la proposta preveu la presència de la marca als perfils oficials de la Real Federación Española de Karate de Facebook (59,7 mil seguidors), Instagram (35,2 mil), X (14.592 seguidors) i YouTube (12.902 seguidors). **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu la creació específica d'una landing de l'esdeveniment dins la web oficial la federació: www.rfek.es. No s'indica quina serà la presència de la marca Costa Daurada en aquesta. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. (**Màxim 1 punt**): La proposta inclou la presència de la marca Costa Daurada en 3.000 cartells A4 distribuïts a clubs, comerços i restaurants i 1.300 medalles i trofeus. La proposta inclou la imatge representativa dels materials on es pot veure la simulació de la inserció dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta contempla la retransmissió en directe durant 24h de l'esdeveniment a través de la plataforma digitals YouTube, a través del perfil

de LaLiga. S'adjunta imatges de com serà la visibilitat de la marca Costa Daurada en aquestes retransmissions. **Puntuació obtinguda: 0,25 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 6 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 1.300 participants i 3.500 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). La proposta no inclou informació en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 0 punts.

- E. **Criteris mediambientals i socials (Màxim 2 punts):** la proposta no inclou informació.

En l'àmbit social, la proposta destaca el karate com a esport inclusiu. En concret l'esdeveniment inclourà la participació de totes les edats i modalitats on interactuaran esportistes sense discapacitat amb esportistes amb discapacitats adaptades. No es detallen accions concretes. **Puntuació obtinguda: 0,25 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 0,25 punts

TOTAL PUNTUACIÓ: 8,25 PUNTS.

REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE TENIS MESA: LOT 1 AL LOT 11

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 1 a 11.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**): La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de tennis taula, que, tot i la seva trajectòria esportiva consolidada, encara no gaudeix de la mateixa visibilitat ni del mateix impacte turístic que altres disciplines més massives a la Costa Daurada, com ara el futbol o el ciclisme, i per tant, no és considerada una de les disciplines prioritàries. Tot i aquest fet, aquesta disciplina ocupa un lloc rellevant en l'àmbit esportiu del territori ja que la regió disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis orientats a la pràctica i promoció d'aquest esport, així com de clubs que competeixen a nivell nacional i europeu, els qual, en alguns casos, participen en esdeveniments d'abast internacional.

A més, una part significativa de les competicions i esdeveniments de tennis taula se celebren fora de la temporada alta, fet que contribueix a l'ocupació hotelera i a la dinamització econòmica en períodes de menor afluència turística. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2 punts

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar els logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona tant a la zona de joc mitjançant unes pantalles LED. A la proposta s'inclouen imatges de referència, on només es visualitza una pantalla, i per tant, tot i que la descripció menciona "pantalles" en plural, sense especificar-ne la quantitat total, a la valoració és considera 1 actuació a realitzar.

També es menciona "lones", sense cap altra especificació ni fotografia de referència. Per tant, aquesta actuació no es pot valorar.

També menciona la col·locació d'una lona a la zona d'entrega de premis (podí), però aquesta acció no correspon a aquest apartat, i es valora en el punt 4 d'aquesta proposta tècnica. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador es limita a detallar la informació ja recollida en l'apartat anterior, sense aportar elements específics d'aquest apartat corresponent a l'incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament. Per aquest motiu, la puntuació atorgada en aquest apartat és de 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa incloure la presència del logotip de la Costa Daurada a les acreditacions, el podí, les emissions en "streaming" i una "lona gegant". Adjunta una única imatge de referència corresponent a la lona situada a la zona del podí Tanmateix, no s'aporta informació complementària que permeti concretar a quina acció específica fa referència el concepte de "streaming" (plataforma d'emissió, exemple

aplicació marca, etc.), ni es detalla la ubicació prevista de les lones gegants, la quantitat d'acreditacions previstes, ni el format o criteris d'aplicació del logotip en aquestes. Aquesta manca de concreció ha estat tinguda en compte en la valoració final d'aquest apartat. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada en les següents accions: moment del "servei d'honor", a través de presència institucional; durant l'entrega de premis de l'esdeveniment, mitjançant la presència institucional; i a les notes de premsa, mitjançant la incorporació dels logos de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. També es menciona les xarxes socials, però aquest tipus d'acció s'avalua al punt 5 de la proposta tècnica. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la inclusió de la marca Costa Daurada als perfils oficials de la Real Federación Española de Tenis de Mesa a les xarxes socials X, Facebook, Instagram i TikTok. Es preveu un total aproximat de 232 publicacions, amb una base de seguidors que inclou 10.307 usuaris a Instagram, 10.452 a Facebook, 4.036 a X i 3.448 a TikTok, xifres que es poden considerar d'un volum mitjà-baix.

La presència de la marca es planteja mitjançant l'ús de hashtags i la incorporació d'imatges amb el logotip de Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La informació aportada pel licitador en aquest apartat no permet la seva valoració, ja que no es detallen accions específiques vinculades a publicacions a la seva pàgina web o canals propis. En lloc d'això, es fa referència a accions corresponents a altres apartats com ara "notícies de l'esdeveniment", "resultats de l'esdeveniment", "cartelleria", "notes de premsa", "streaming" i "televisió", sense concretar-ne el contingut, el format ni els suports utilitzats. Per aquest motiu, aquest apartat es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc. (**Màxim 1 punt**): La informació aportada pel licitador en aquest apartat inclou accions específiques que es troben vinculades a altres seccions del plec, com ara "Creativitats per a xarxes socials", "Ús de hashtags a xarxes socials" i "Lona del podi". Aquestes accions, en estar contemplades en altres apartats, no poden ser valorades en el present apartat.

Així mateix, el licitador fa referència a l'acció "Cartells", però n'indica la difusió a través de la web, les xarxes socials i presentacions, canals que

corresponen als apartats 5 i 6 dels plecs tècnics. Per aquest motiu, aquesta acció tampoc pot ser valorada en aquest apartat.

Finalment, cal destacar que el licitador no ha adjuntat els documents gràfics requerits, tal com s'establia a les bases. Per aquest motiu, aquest apartat es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada dins de la cobertura prevista de l'esdeveniment a diversos canals de televisió. Aquesta difusió inclou els canals d'àmbit estatal Teledeporte, canal temàtic de RTVE dedicat exclusivament a l'esport, i La 1 de TVE, tant en programes en directe com en formats de reportatge i en els espais informatius. Així mateix, es contempla la cobertura als canals autonòmics 3CAT, Esport3 i Canal Sur, a través de l'emissió de notícies relacionades amb l'esdeveniment. El licitador detalla la previsió d'hores d'emissió en cada cas. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de la plataforma oficial de streaming de la Real Federación Española de Tenis de Mesa (RFETM). Detalla 231,500 retransmissions previstes, valor que valorem com a número de visualitzacions (no retransmissions). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de l'emissió de 3 entrevistes a la "radio local", en programes d'esport. No detalla l'emissora, en concret. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa "60 publicacions" de la categoria "notícies" i "118 publicacions" de la categoria "notícies". No especifica els suports als que fan referència aquestes publicacions, ni tampoc quina serà la forma de presència de la marca Costa Daurada. Per aquest motiu, aquest apartat es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa "118 publicacions" de la categoria "notícies". No especifica el/els suports als que fan referència aquestes publicacions, ni tampoc quina serà la forma de presència de la marca Costa Daurada. Per aquest motiu, aquest apartat es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció

en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 9 punts

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 2.180 participants i 5.500 persones d'assistència. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**): el licitador marca amb una "X" la casella "Marca Costa Daurada" – "Àmbit nacional", però no especifica quines són les zones concretes on tindrà impacte l'esdeveniment (detall de la procedència) ni tampoc l'abast en xifres. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0 punts

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta presentada pel licitador destaca diverses mesures ambientals orientades a la sostenibilitat, sent aquestes:

- Redució a 0 de l'ús de plàstic d'un sol ús.
- Utilització de valles de cartró reciclat.
- Utilització d'ampolles de vidre reutilitzables

No s'indica cap mesura de caràcter social. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt

TOTAL PUNTUACIÓ: 13,5 PUNTS

RPM Racing S.L.U: LOT 1

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de ciclisme, considerada una de les modalitats esportives prioritàries a les Terres de l'Ebre i a la Costa Daurada (tant en BTT com en ciclisme en carretera). Dins del programa de "Turisme actiu i natura" hi figuren com a certificats en cicloturisme Amposta, Mont-roig del Camp, Tortosa i Vila-seca i els Consells Comarcals de la Terra Alta i el Baix Ebre. L'especial orografia i el clima temperat de la destinació fan que la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre ja tinguin consolidat el seu posicionament en el producte esportiu ciclisme. A més, aquesta disciplina es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport.

Puntuació obtinguda: 4 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts

B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada al llarg del recorregut i en les zones clau de l'esdeveniment, concretament: a l'arc de sortida/meta (1 unitat), valles publicitaris (100 m), banderoles (30 unitats), cartelleria i senyalètica (510 unitats). La proposta inclou materials gràfics, amb la presència dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona.

Puntuació obtinguda: 6 punts.

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en diversos elements d'equipament i material distribuïts entre els participants i l'organització. Concretament, s'inclou la inserció del logotip en exclusiva en:
 - Maillot del participant (3.000 unitats)
 - Dorsal del participant (3.000 unitats)
 - Roba de l'staff i voluntaris (100 unitats)
 - Medalla del participant (3.000 unitats)

La proposta inclou documents gràfics amb esquemes de la ubicació i proporció del logotip en cada suport. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en diverses zones estratègiques de comunicació de l'esdeveniment, especialment a la zona expo i en espais institucionals. Les actuacions inclouen: photocall previ a la cursa (zona expo), Photocall post cursa, Lona de control de signatures, Lona amb els recorreguts. S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): La marca Costa Daurada serà mencionada com a patrocinador oficial en actes institucionals com la presentació de l'esdeveniment a Salou, el lliurament de premis i en les dues notes de premsa previstes. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La marca **Costa Daurada** tindrà una presència destacada a les xarxes socials de l'organització, especialment a **Instagram, YouTube i Strava**, amb més de **37 publicacions** en diversos formats (reels, stories, carrousels, fotos i vídeos). No s'especifica el nom dels

perfiles per preservar la confidencialitat. Tampoc s'especifica el número de seguidors, fet que no permet la valoració completa. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en la inclusió d'un banner a la portada de la web oficial, una landing específica dedicada a la promoció turística del territori i l'aparició permanent de la marca a la zona de patrocinadors del lloc web. A més, es preveuen dues newsletters exclusives per a la promoció del territori i tres newsletters addicionals amb banners promocionals. La proposta inclou la imatge representativa dels materials on es pot veure la simulació de la inserció dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. (**Màxim 1 punt**): La proposta inclou la presència de la marca Costa Daurada en flyers publicitaris DIN A5 distribuïts a comerços de Salou i Tarragona (1.000 unitats), cartells DIN A2 en espais públics de Salou (100 unitats) i flyers promocionals del territori lliurats als participants (3.000 unitats). La proposta inclou la imatge representativa dels materials on es pot veure la simulació de la inserció dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta inclou la presència en mitjans impresos a través de 3 mencions, sense especificar-ne més detalls, i per tant, la manca d'informació fa que la seva valoració sigui 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): La proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada en diversos mitjans digitals mitjançant 9 mencions, però no s'especifica en cap cas el nom dels suports on es

realitzaran. Així mateix, es fa referència a diverses imatges de l'esdeveniment on la marca apareix en elements com l'arc de sortida, maillots o dorsals; però cal tenir en compte que aquestes accions ja han estat valorades en apartats anteriors de la proposta. La manca d'informació concreta i l'absència d'adequació als requisits establerts en aquest apartat fan que aquesta acció es valori amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta preveu una campanya de publicitat pagada a través de Meta Ads (Facebook i Instagram) amb una campanya mensual valorada en 5.000 €, i a Google Ads, amb banners adaptats en portals esportius i blogs especialitzats. També s'inclouen insercions en premsa escrita com La Vanguardia, Mundo Deportivo, Solo Bici i Ciclismo a Fondo, així com campanyes de ràdio a RAC1 i RAC105. S'inclou l'exemple gràfic de les propostes. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat B: 21,5 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 3.500 participants i 6.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat C: 1,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador indica que l'abast del públic i/o participants en l'àmbit nacional serà del 85% i del 15% en l'àmbit internacional. No en detalla els països i zones concretes. Aquesta manca d'informació fa que es valori amb 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 1 punt.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): L'esdeveniment compta amb el segell ISO 20121, el qual fa especial èmfasi en la cura del medi ambient mitjançant, per exemple, la reducció de residus. S'adjunta una imatge de proposta de recollida de residus.

En l'àmbit social, la proposta destaca per la seva sensibilitat cap a la inclusió i el territori. Es preveu la donació dels excedents alimentaris a entitats socials de la zona, la compra a comerç local (com les Magdalenes de Mont-ral o Fleca Flequer), i acords amb establiments de restauració i allotjament de Salou, com l'Hotel Blaumar. A més, es col·labora amb les entitats Jo Dic i Voluntaris 2000, que promouen la integració laboral de joves i persones amb discapacitat a través de l'esport. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

TOTAL PUNTUACIÓ: 29 PUNTS.

RPM racing: LOT 2

La informació presentada és la mateixa que en el LOT 1 a excepció dels canvis que es detallen a continuació, els qual no fan variar la valoració final de la proposta:

1. Xarxes socials (Punt 5)

L1: 37 publicacions totals a Instagram (4 reels, 8 carrousels, 5 fotos, 20 stories), 1 a YouTube, 1 a Strava.

L2: 33 publicacions totals a Instagram (3 reels, 6 carrousels, 5 fotos, 18 stories), 1 a YouTube, 1 a Strava.

2. Notes de premsa (Punt 4)

L1: 2 notes de premsa + presentació a Salou

L2: 1 nota de premsa + presentació a Salou

3. Mitjans online (Punt 12)

L1: 9 mencions

L2: 7 mencions

4. Publicitat pagada (Punt 13)

L1: Inversió més alta en Meta Ads (5.000 € per plataforma) i més suports totals.

L2: Inversió lleugerament inferior (4.000 € per plataforma) i menys suports.

5. Participants i assistents

L1: 3.500 participants / 6.000 assistents

L2: 3.000 participants / 6.000 assistents

TOTAL PUNTUACIÓ: 29 PUNTS.

RPM racing: LOT 3

La informació presentada és la mateixa que en el LOT 1 a excepció dels canvis que es detallen a continuació, i que fan variar 1 punt la valoració total.

1. Suports físics de marca (Punt 1)

L1: 100 metres de tanques publicitàries i 10 banderoles a la sortida/meta

L3: 60 metres de tanques i 8 banderoles a la sortida/meta

2. Notes de premsa (Punt 4)

L1: 2 notes de premsa + presentació a Salou

L3: 1 nota de premsa

3. Xarxes socials (Punt 5)

L1: 37 publicacions totals a Instagram (4 reels, 8 carrousels, 5 fotos, 20

stories)

L3: 29 publicacions totals (3 reels, 5 carrousels, 5 fotos, 16 stories)

4. Mitjans online (Punt 12)

L1: 9 mencions i 6 suports visuals (arc, roll-up, tall de cinta, maillot, dorsal, varis)

L3: 6 mencions i 6 suports visuals, però amb valoracions econòmiques més baixes

5. Publicitat pagada (Punt 13)

L1: Inversió més alta (10.000 € en Meta Ads) i més suports totals

L3: Inversió més baixa (7.000 € en Meta Ads) i menys suports

6. Nombre estimat de participants

L1: 3.500 participants

L3: 3.000 participants

TOTAL PUNTUACIÓ: 28 PUNTS.

RPM racing: LOT 4, LOT 5 i LOT 6

La informació presentada pels LOT 4, LOT 5 i LOT 6 és la mateixa i molt similar a la presentada al LOT 3. Els canvis que es detallen a continuació constaten una reducció en visibilitat de la marca i en l'impacte de la campanya proposada, cosa que obliguen a variar a la baixa la valoració final.

1. Suports físics de marca (Punt 1)

L3: 80 metres de tanques publicitàries i 8 banderoles

L4, L5 i L6: 60 metres de tanques publicitàries i 8 banderoles

2. Equipament (Punt 2)

L3: Inclou maillot, dorsal, roba de staff i medalla

L4, L5 i L6: No inclou dorsal

3. Mitjans online (Punt 12)

L3: 6 mencions

L4, L5 i L6: 5 mencions

4. Publicitat pagada (Punt 13)

L3: Inversió més alta (7.000 € en Meta Ads)

L4, L5 i L6: Inversió més baixa (6.000 € en Meta Ads)

TOTAL PUNTUACIÓ: 26 PUNTS.

RPM racing: LOT 7

La informació presentada pel LOT 7 és molt similar a la presentada pel LOT 3 a excepció dels canvis que es detallen a continuació, i que fan variar la valoració final.

1. Suports físics de marca (Punt 1)

L3: 60 m de tanques, 8 banderoles, 10 cartells d'alt de port, 10 banderoles d'avituellament

L7: 40 m de tanques, 6 banderoles, 5 cartells d'alt de port, 5 banderoles d'avituellament

2. Equipament (Punt 2)

L3: Maillot, dorsal, roba staff, medalla

L7: Maillot i roba staff (no inclou dorsal ni medalla)

5. Xarxes socials (Punt 5)

L3: 30 publicacions totals (3 reels, 5 carrousels, 5 fotos, 16 stories)

L7: 21 publicacions totals (2 reels, 3 carrousels, 3 fotos, 12 stories)

6. Web i newsletters (Punt 6)

L3: Inclou banner, landing, newsletters i aparició permanent

L7: Mateixos suports, però amb menys valoració econòmica

7. Mitjans online (Punt 12)

L3: 6 mencions i 6 suports visuals

L7: 4 mencions i 5 suports visuals

8. Publicitat pagada (Punt 13)

L3: 7.000 € en Meta Ads

L7: 4.000 € en Meta Ads

TOTAL PUNTUACIÓ: 25,5 PUNTS

RPM racing: LOT 8

La informació presentada pel LOT 8 és molt similar a la presentada pel LOT 7 a

excepció dels canvis que es detallen a continuació, i que no fan variar la valoració final.

1. Equipament (Punt 2)

L7: Maillot i roba de staff

L8: Només maillot

2. Xarxes socials (Punt 5)

L7: 21 publicacions totals (2 reels, 3 carrousels, 3 fotos, 12 stories)

L8: 14 publicacions totals (1 reel, 2 carrousels, 2 fotos, 8 stories)

3. Web i newsletters (Punt 6)

L7: Inclou banner, landing, newsletters i aparició permanent

L8: Inclou els mateixos suports, però amb menys valoració econòmica

4. Mitjans online (Punt 12)

L7: 4 mencions i 6 suports visuals

L8: 3 mencions i 5 suports visuals

5. Publicitat pagada (Punt 13)

L7: 8.000 € en Meta Ads + més suports (La Vanguardia, RAC1, etc.)

L8: 3.000 € en Meta Ads + menys suports

TOTAL PUNTUACIÓ: 25,5 PUNTS.

RUNNING SOLUTIONS S.L: LOT 7, LOT 8, LOT 9

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 7, 8 i 9.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **mitja marató + 10k (asfalt)** no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada.
Puntuació obtinguda: 0 punts.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 0 punts

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada al llarg del recorregut i en les zones clau de l'esdeveniment, concretament:

- 2 Fly Banners ubicats en punts de màxima visibilitat del recorregut.
- 40 metres de lona microperforada amb la marca Costa Daurada al circuit.
- 1 cinta d'arribada personalitzada amb la marca.
- 20 cartells informatius distribuïts al llarg del recorregut i instal·lacions.
- 10 cartells motivacionals al circuit.
- 21 cartells de punts quilomètrics amb la marca Costa Daurada.
- 10 quilòmetres de cinta de balitzar (20 unitats de 500 m) amb la marca.
- 10 cartells específics a instal·lacions com el pavelló, la piscina i l'ajuntament.

A més, s'inclou la producció d'un Branding Kit Costa Daurada amb elements com un arc inflable, lones, i fly banners, així com la integració del logotip en materials ja existents. La proposta incorpora imatges de disseny i exemples gràfics de la implementació. **Puntuació obtinguda: 5,5 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en diversos elements d'equipament i material distribuïts entre els participants i l'organització. Concretament, s'inclou la inserció del logotip en exclusiva en:
 - Samarretes dels participants: 1.500 unitats amb el logotip Costa Daurada.
 - Dorsals dels participants: 1.500 unitats amb presència del logotip.
 - Samarretes de l'staff: 40 unitats amb el logotip visible.
 - Jaquetes de treball: 25 unitats estampades amb el logotip.
 - Armilles de voluntaris: 40 unitats amb el logotip Costa Daurada.
 - Acreditacions per a staff, voluntaris, VIPs, premsa i motos, totes amb el logotip.
 - Arc inflable 100% Costa Daurada de 6 metres.
 - Lona publicitària de 40 metres amb la marca.
 - Fly banners (4 unitats) amb pesos i logotip exclusiu.
 - Pop-up/Photocall personalitzat amb la marca.

La proposta inclou documents gràfics i imatges de disseny que mostren la ubicació i proporció del logotip en cada suport. **Puntuació obtinguda: 5,5 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en espais estratègics de comunicació de l'esdeveniment, com ara la zona d'inscripcions,

la sala de premsa, el pòdium i altres àrees de visibilitat institucional. Es contempla la vinilació del pòdium, la inclusió del logotip en totes les acreditacions (staff, voluntaris, VIPs, premsa i motos), així com la instal·lació de lones publicitàries i fly banners tant a la zona d'inscripcions com a la zona de premsa. També es preveu la presència de la marca en vídeos i publicacions oficials. La proposta inclou imatges de disseny que mostren la implementació gràfica de la marca en aquests espais. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. **(Màxim 1 punt):** Es preveu la presència i menció de la marca en la presentació oficial de la prova, en rodes de premsa amb participació de representants de la Diputació de Tarragona, i en totes les notes de premsa emeses. A més, s'elaborarà una nota de premsa específica per anunciar Costa Daurada com a nou patrocinador oficial. També es garanteix la menció de la marca durant l'entrega de premis i la seva inclusió en els vídeos i presentacions promocionals oficials de l'esdeveniment.: **1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (Màxim 2 punts): La proposta contempla la difusió de la marca Costa Daurada a través de les xarxes socials oficials de l'esdeveniment i de perfils col·laboradors. Es preveu la publicació de 30 posts i 50 stories al perfil principal d'Instagram de l'organització, tots amb menció i etiquetatge de la marca, així com la inclusió del logotip en les imatges. A més, es contempla la col·laboració amb el perfil @juanan.challenge, amb 4.500 seguidors, que publicarà 2 posts i 2 stories amb menció i logotip de Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc **(Màxim 2 punts):** Es preveu la incorporació del logotip al nom de la prova a la pàgina web oficial, així com la seva aparició destacada a l'apartat de patrocinadors. També s'inclou la presència de la marca en newsletters mensuals enviades a una base de dades de 150.000 usuaris durant sis mesos, i en una newsletter específica per presentar Costa Daurada com a naming sponsor. A més, el logotip estarà present a la plataforma d'inscripcions durant tot el procés i als justificants electrònics d'inscripció dels participants. La proposta inclou dissenys gràfics que mostren la integració de la marca en aquests suports digitals. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. **(Màxim 1 punt):** la proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada a través de materials promocionals impresos i suports físics distribuïts abans i durant l'esdeveniment. Es contempla la inclusió del logotip i el nom de l'esdeveniment en 40 cartells oficials col·locats als principals carrers del municipi i zones de pas, visibles durant els tres mesos previs i un mes posterior a la prova. També s'inclouen tres roll-ups ubicats a les instal·lacions esportives (pavelló i piscina), 2.000 flyers promocionals distribuïts a la bossa del corredor i en punts clau com l'expo i la recollida de dorsals, així com 1.500

tiquets d'avitallament final amb la marca. A més, es preveu la col·locació de tres pancartes publicitàries de grans dimensions (6x1 m) a les avingudes principals de Salou dues setmanes abans de l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): la proposta contempla la difusió de la marca Costa Daurada mitjançant la retransmissió de l'esdeveniment a través de les plataformes YouTube i Instagram. No es detalla el nom dels perfils per no desvetllar el nom de l'esdeveniment. Es preveu una retransmissió a YouTube amb una previsió de 2.000 visualitzacions i una durada de 5 minuts. A Instagram, també es preveu una sola retransmissió amb una estimació de 10.000 visualitzacions i una durada de 5 minuts. **Puntuació obtinguda: 0.50 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): la proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada a través de mencions i accions publicitàries a l'emissora de ràdio Flaix FM. Es contempla la realització de 35 promocions de 30 segons dins del programa "Flaix Matí", així com 16 mencions de 30 segons a la desconexió de Barcelona. A més, s'inclou la presència de la marca en un slider web durant 8 dies, i la participació en concursos emesos durant 4 dies, tant en format promocional com en l'anunci dels guanyadors **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): Es preveu la publicació de diversos formats publicitaris al Diari de Tarragona, incloent-hi dues mitges pàgines, quatre faldons i quatre anuncis en format taco de portada **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): Es preveu la publicació d'una crònica post-esdeveniment al Diari de Tarragona, així com una mitja pàgina publicitària al portal Soy Corredor, un mitjà digital de referència en l'àmbit de les curses i l'atletisme popular. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): es preveu la publicació d'una mitja pàgina publicitària al Diari de Tarragona, amb un format de 258 mm de base per 166,86 mm d'alçada. La proposta inclou una imatge que mostra la integració de la marca en aquest suport. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat B: 20 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. **(Màxim 2 punts)**: D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 2.500 participants i 7.500 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1,5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre **(Màxim 5 punts)**. El licitador indica que l'abast del públic i/o participants serà principalment en l'àmbit nacional, concretant algunes de les zones estratègiques per Costa Daurada. En l'àmbit internacional es destaca la presència de 49 participants. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 2 punts.

E. Criteris mediambientals i socials. (Màxim 2 punts): La proposta ambiental de l'esdeveniment inclou un conjunt de mesures orientades a reduir l'impacte ecològic i fomentar la sostenibilitat. Es destaca l'ús de samarretes per a participants, staff i voluntaris fabricades amb teixit 100% reciclat a partir d'ampolles de plàstic. També s'utilitzarà un vehicle oficial 100% elèctric per a la cursa, i es redueix l'ús d'ampolles d'aigua substituint-les per gots de cartró i envasos grans.

La proposta de mesures de caràcter social posa l'accent en la inclusió, la solidaritat i l'accessibilitat. L'esdeveniment està dissenyat per facilitar la participació de persones amb mobilitat reduïda, amb un recorregut lliure d'obstacles i adaptat per a participants amb handbike, cadires de rodes (assistits per altres corredors) i cotxets infantils. També s'ofereix assistència personalitzada a participants amb necessitats especials que contactin prèviament amb l'organització.

A més, es destaca la celebració d'una cursa infantil 100% solidària, en què la totalitat de la recaptació es destina a la recerca de l'Alzheimer. Aquesta cursa anima la participació d'infants de totes les edats, amb distàncies adaptades i la possibilitat que els pares acompanyin els més petits, fomentant així la inclusió i la participació familiar. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt

TOTAL PUNTUACIÓ: 24,5 punts.

RUNNING SOLUTIONS S.L: LOT 10, LOT 11

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 10 i 11.

A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" **(Màxim 4 punts)**.

La proposta s'emmarca dins la disciplina de marxa i cursa de muntanya es considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. Malgrat que no hi ha cap destinació certificada en curses, s'ha inclòs aquesta

disciplina dins de les considerades estratègiques perquè el territori compta amb un gran nombre d'infraestructures i serveis per a la pràctica i desenvolupament d'aquest esport. En concret, i amb referència a les curses de muntanya, un dels objectius de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre és donar visibilitat a l'ampli ventall d'actius de la destinació com són els espais naturals on realitzar activitats a l'aire lliure. Així, cal visibilitzar i posar en valor el marc excepcional de l'interior de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, que permeten desestacionalitzar la demanda, diversificar l'oferta turística i descentralitzar l'activitat turística portant-la a espais menys saturats i amb potencial de creixement. A més, aquesta disciplina es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts.

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada al llarg del recorregut i en les zones clau de l'esdeveniment, concretament:
 - 2 Fly Banners ubicats en punts de màxima visibilitat del recorregut.
 - 40 metres de lona microperforada amb la marca Costa Daurada al circuit.
 - 1 cinta d'arribada personalitzada amb la marca.
 - 20 cartells informatius distribuïts al llarg del recorregut i instal·lacions.
 - 10 cartells motivacionals al circuit.
 - 21 cartells de punts quilomètrics amb la marca Costa Daurada.
 - 10 quilòmetres de cinta de balitzar (20 unitats de 500 m) amb la marca.
 - 10 cartells específics a instal·lacions com el pavelló, la piscina i l'ajuntament.

A més, s'inclou la producció d'un Branding Kit Costa Daurada amb elements com un arc inflable, lones, i fly banners, així com la integració del logotip en materials ja existents. La proposta incorpora imatges de disseny i exemples gràfics de la implementació. **Puntuació obtinguda: 5,5 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en diversos elements d'equipament i material distribuïts entre els participants i l'organització. Concretament, s'inclou la inserció del logotip en exclusiva en:
 - Samarretes dels participants: 1.500 unitats amb el logotip Costa Daurada.
 - Dorsals dels participants: 1.500 unitats amb presència del logotip.

- Samarretes de l'staff: 40 unitats amb el logotip visible.
- Jaquetes de treball: 25 unitats estampades amb el logotip.
- Armilles de voluntaris: 40 unitats amb el logotip Costa Daurada.
- Acreditacions per a staff, voluntaris, VIPs, premsa i motos, totes amb el logotip.
- Lona publicitària de 40 metres amb la marca.
- Fly banners (4 unitats) amb pesos i logotip exclusiu.
- Pop-up/Photocall personalitzat amb la marca.

La proposta inclou documents gràfics i imatges de disseny que mostren la ubicació i proporció del logotip en cada suport. **Puntuació obtinguda: 4,5 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en espais estratègics de comunicació de l'esdeveniment, com ara la zona d'inscripcions, la sala de premsa, el pòdium i altres àrees de visibilitat institucional. Es contempla la vinilació del pòdium, la inclusió del logotip en totes les acreditacions (staff, voluntaris, VIPs, premsa i motos), així com la instal·lació de lones publicitàries i fly banners tant a la zona d'inscripcions com a la zona de premsa. També es preveu la presència de la marca en vídeos i publicacions oficials. La proposta inclou imatges de disseny que mostren la implementació gràfica de la marca en aquests espais. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): Es preveu la presència i menció de la marca en la presentació oficial de la prova, en rodes de premsa amb participació de representants de la Diputació de Tarragona, i en totes les notes de premsa emeses. A més, s'elaborarà una nota de premsa específica per anunciar Costa Daurada com a nou patrocinador oficial. També es garanteix la menció de la marca durant l'entrega de premis i la seva inclusió en els vídeos i presentacions promocionals oficials de l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (Màxim 2 punts): La proposta contempla la difusió de la marca Costa Daurada a través de les xarxes socials oficials de l'esdeveniment i de perfils col·laboradors. Es preveu la publicació de 30 posts i 50 stories al perfil principal d'Instagram de l'organització, tots amb menció i etiquetatge de la marca, així com la inclusió del logotip en les imatges. A més, es contempla la col·laboració amb el perfil @juanan.challenge, amb 4.500 seguidors, que publicarà 2 posts i 2 stories amb menció i logotip de Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o

comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): Es preveu la incorporació del logotip al nom de la prova a la pàgina web oficial, així com la seva aparició destacada a l'apartat de patrocinadors. També s'inclou la presència de la marca en newsletters mensuals enviades a una base de dades de 150.000 usuaris durant sis mesos, i en una newsletter específica per presentar Costa Daurada com a naming sponsor. A més, el logotip estarà present a la plataforma i app d'inscripcions durant tot el procés i als justificants electrònics d'inscripció dels participants. La proposta inclou dissenys gràfics que mostren la integració de la marca en aquests suports digitals. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.. (**Màxim 1 punt**): la proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada a través de materials promocionals impresos i suports físics distribuïts abans i durant l'esdeveniment. Es contempla la inclusió del logotip i el nom de l'esdeveniment en 40 cartells oficials col·locats als principals carrers del municipi i zones de pas, visibles durant els tres mesos previs i un mes posterior a la prova. També s'inclouen tres roll-ups ubicats a les instal·lacions esportives (pavelló i piscina), 2.000 flyers promocionals distribuïts a la bossa del corredor i en punts clau com l'expo i la recollida de dorsals, així com 1.500 tiquets d'avituallament final amb la marca. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta no inclou accions en aquest punt. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): la proposta contempla la difusió de la marca Costa Daurada mitjançant la retransmissió de l'esdeveniment a través d'Instagram amb una sola retransmissió amb una estimació de 10.000 visualitzacions i una durada de 5 minuts. No es detalla el nom de perfil per no desvetllar el nom de l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): la proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada a través de mencions i accions publicitàries a l'emissora de ràdio Flaix FM. Es contempla la realització de 35 promocions de 30 segons dins del programa "Flaix Matí", així com 16 mencions de 30 segons a la desconnexió de Barcelona. A més, s'inclou la presència de la marca en un slider web durant 8 dies, i la participació en concursos emesos durant 4 dies, tant en format promocional com en l'anunci dels guanyadors **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): Es preveu la publicació de diversos formats publicitaris al Diari de Tarragona, incloent-hi dues mitges pàgines, quatre faldons i quatre anuncis en format taco de portada **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): Es preveu la publicació d'una crònica post-esdeveniment al Diari de Tarragona. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): es preveu la publicació d'una mitja pàgina publicitària al Diari de Tarragona, amb un format de 258 mm de base per 166,86 mm d'alçada. La proposta inclou una imatge que mostra la integració de la marca en aquest suport. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 18 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 1.400 participants i 3.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 1 punt**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1 punt.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador indica que l'abast del públic i/o participants serà principalment català. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0.5 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la utilització de samarretes fetes amb teixit reciclat TRIACTIVE, vehicle oficial elèctric, eliminació de gots i ampolles petites, ús de tasses reutilitzables, marcatge amb guix, zones de residus i reciclatge, bossa postmeta reciclable i promoció del transport públic. Tot el material sobrant es reaprofit a través de l'ajuntament.

La proposta de mesures de caràcter social posa l'accent en la inclusió de l'esdeveniment, amb recorreguts de baixa dificultat per a persones amb mobilitat reduïda i assistència personalitzada per a participants amb necessitats especials. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

TOTAL PUNTUACIÓ: 24,5 punts

TELECYL, S.A: LOT 1, LOT 2, LOT 3, LOT 4, LOT 5, LOT 6

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 1, 2, 3, 4, 5 i 6.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca: La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de pàdel, considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada. Malgrat que no hi ha cap destinació certificada en pàdel, aquesta disciplina s'inclou en la selecció de prioritàries perquè el territori disposa d'un ampli ventall

d'infraestructures i serveis destinats a la pràctica i el desenvolupament d'aquest esport, que es troba entre les 15 disciplines amb més nombre de federats esportius. En concret, d'acord amb l'Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el pàdel ocupa la setena posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol.
Puntuació obtinguda: 3,5 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 3,5 punts

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**):

El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada, a través de la integració del logotip de manera orgànica dins la línia visual de l'esdeveniment, al llarg de tot l'esdeveniment esportiu, especialment en les instal·lacions del Club de Pàdel Auriol Mas Sedó de Reus, on es desenvoluparà la competició. Les actuacions previstes inclouen:

- 30 lones de 2x1 metres ubicades a la part superior de les pistes de joc durant els 6 dies de competició.
- 10 cintes col·locades a la part superior de les xarxes de la zona de joc amb el logotip de Costa Daurada.
- 1 photocall de 6x2,5 metres situat en una zona d'alta visibilitat.
- 1 "toblerone" de 0,5x10 metres a la pista central, especialment pensat per a la retransmissió televisiva.
- 2 roll-ups amb el logotip de la marca.
- 10 elements de senyalització amb la imatge de Costa Daurada distribuïts pel recinte.
- Inserció del logotip al marcador de la pista principal.

S'adjunten imatges de referència de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5,5 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en les següents actuacions:
 - 400 samarretes entregades als jugadors per la competició, amb el logotip de Costa Daurada al frontal.
 - 400 motxilles personalitzades amb el logotip, lliurades als participants.
 - 400 ampolles d'aigua amb el logotip de la marca.
 - 400 polseres d'identificació amb la imatge de Costa Daurada.
 - Inclusió del logo en la vestimenta de 6 persones de l'organització.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions

corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): la proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en múltiples zones:
 - Backdrops per a entrevistes de premsa, amb el logotip de Costa Daurada integrat, utilitzats pel personal de comunicació durant les entrevistes oficials.
 - Mostrador d'acreditacions personalitzat amb gràfica frontal amb el logotip, punt d'interacció amb els participants.
 - Pòdium de lliurament de trofeus, amb gràfica frontal i "toblerone" amb el logotip de la Diputació, garantint una alta visibilitat en un dels espais més fotografiats de l'esdeveniment.
 - Carpa d'organització i competició, amb el logotip visible durant els 6 dies de l'esdeveniment.
 - Trofeus dels equips guanyadors, amb el logotip de Costa Daurada integrat.
 - Accions de comunicació en altres tornejos internacionals: es preveu la instal·lació de 4 lones de 2x1 metres i la inclusió del logotip en els cartells promocionals d'esdeveniments celebrats en mercats estratègics com França, Alemanya, Regne Unit, Irlanda, Bèlgica, Països Baixos, Luxemburg, Noruega, Suècia i Finlàndia.

S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador contempla presència de la marca Costa Daurada en l'acte institucional de presentació, amb participació de representants de la Diputació de Tarragona i mencions explícites durant els parlaments. Durant l'entrega de premis, també es farà referència verbal a la marca. A nivell comunicatiu, s'enviaran almenys tres notes de premsa als mitjans generals i especialitzats, totes amb menció explícita del patrocini. i La inclusió dels elements "pòdium" i "photocall" no es tenen en compte en aquest apartat perquè ja s'han puntuat en els apartats 1 i 3. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la difusió de la marca Costa Daurada principalment a través de la xarxa social d'Instagram, mitjançant diversos perfils vinculats a l'organització de l'esdeveniment. Es contempla la publicació de 120 continguts (entre posts i reels) i 100 stories des del perfil oficial de l'esdeveniment, amb 3.427 seguidors, tots amb menció directa i etiquetatge de la marca, així com l'ús dels hashtags oficials i etiquetes de @costadauradatur i @dipta_cat.

A més, es preveu la participació de perfils complementaris com Madison Sports Marketing, Madison MK, MM Academy (agència de màrqueting) i Weebora (plataforma digital i Marketplace especialitzat en viatges i experiències de pàdel), amb un total de més de 25.000 seguidors combinats, que també publicaran continguts amb mencions explícites a Costa Daurada. També s'inclouen 20 publicacions a LinkedIn des dels perfils de Madison Sports Marketing i Madison Experience Marketing, amb més de 20.000 seguidors combinats. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves newsletters o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta preveu la presència de la marca Costa Daurada en diversos canals digitals de comunicació: logotip a la part inferior de la pàgina web de l'esdeveniment, juntament amb el logo de la resta de patrocinadors, i la col·locació d'un banner publicitari enllaçat al web turístic oficial. També s'inclourà el logotip de la Costa Daurada a totes les comunicacions oficials digitals, com newsletters i correus informatius, que reben més de 5.000 jugadors dels esdeveniments classificatoris arreu del món. A més, la marca apareixerà al Marketplace especialitzat en viatges de pàdel, Weebora durant quatre mesos previs a l'esdeveniment. S'adjunta un esquema de cada element amb la ubicació prevista de les marques Costa Daurada i Diputació de Tarragona i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la producció de 600 cartells en format A4 amb el logotip situat a la part superior, que es distribuïran en zones estratègiques i clubs de pàdel. A més, es repartiran 3.000 flyers en format A5 entre els participants dels tornejos classificatoris celebrats a diferents comunitats autònomes i països europeus, també amb el logotip en posició destacada.

La proposta inclou exemples gràfics de la inserció del logotip en aquests suports. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta inclou la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius a través del canal MY PADEL, un canal digital de TV gratuït especialitzat en la temàtica del pàdel i disponible en diverses plataformes a Espanya. Es preveu una emissió en directe de la jornada final de competició, amb una redifusió posterior en sis ocasions, sumant un total de 35 hores de cobertura televisiva. A més, el programa "Padeleros por el mundo", del mateix canal, emetrà un reportatge de 10 minuts sobre l'esdeveniment en sis emissions diferents, destacant el territori com a destinació turística ideal per a la pràctica del pàdel i mostrant imatges del paisatge i les instal·lacions. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1**

punt): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada des del perfil oficial del torneig a la plataforma Youtube, amb la cobertura de 3 partits finals. Cada retransmissió tindrà una durada de 5 hores, amb la presència de la marca Costa Daurada en els diferents plans de càmera, incloent la inserció del logotip en forma de “mosca” i en elements físics com el “toblerone” de pista. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La proposta preveu l'enviament de notes de premsa a diverses emissores nacionals, autonòmiques i locals. No obstant això, no especifica quina cobertura radiofònica tindrà l'esdeveniment ni la presència de la marca Costa Daurada, aspectes que són l'objecte d'avaluació d'aquest apartat. Cal recordar que l'enviament de notes de premsa es valora específicament al punt 4 d'aquesta proposta tècnica. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): La proposta preveu l'enviament de notes de premsa a diversos suports escrits d'àmbit nacional, autonòmic i local. No obstant això, no especifica quina cobertura radiofònica tindrà l'esdeveniment ni la presència de la marca Costa Daurada, aspectes que són l'objecte d'avaluació d'aquest apartat. Cal recordar que l'enviament de notes de premsa es valora específicament al punt 4 d'aquesta proposta tècnica. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): La proposta preveu la difusió de la marca Costa Daurada en mitjans digitals especialitzats en pàdel, concretament a través d'un reportatge i una entrevista a un representant de la Diputació de Tarragona publicats al portal PadelSpain. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta contempla una campanya de publicitat pagada a Instagram, amb tres publicacions dedicades a promocionar la Costa Daurada com a destinació de turisme esportiu, amb un abast previst de 50.000 persones. També es proposa la realització d'una entrevista a Radio Marca per donar a conèixer el territori des del punt de vista de la seva idoneïtat per a la pràctica esportiva. Es puntua favorablement el fet de ser propostes molt qualitatives en relació a la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 21,75 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (Màxim 2 punts):** D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 400 participants i 3.500 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0.5 punts.

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**). El licitador indica que és un esdeveniment amb repercussió Internacional amb un abast a 350.000 persones en els mercats estratègics de França, Anglaterra, Irlanda, Alemanya, Bèlgica, Holanda i Països nòrdics. I també d'àmbit nacional, amb un abast a 250.000 persones en els mercats estratègics de Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 2,75 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 2,75 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): En l'àmbit mediambiental, el licitador proposa la creació i implementació d'un pla mediambiental, en què detalla mesures de recollida selectiva de residus. Així mateix, acredita la possessió del certificat ISO 14001, que avala la implantació d'un Sistema de Gestió Ambiental (SGA) i garanteix una gestió responsable i sostenible de l'organització amb respecte al medi ambient.

Pel que fa a l'àmbit social, la proposta inclou accions de caràcter inclusiu, entre les quals destaca la celebració d'una jornada de pàdel adreçada a col·lectius vulnerables o amb discapacitat, organitzada en col·laboració amb entitats locals i amb activitats dirigides per entrenadors professionals.

Puntuació obtinguda: 1 punt.

Puntuació total obtinguda en l'apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 29,50 PUNTS

CLUB TENNIS TAULA GANXETS DE REUS: LOT 8,9,10 i 11

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 8, 9, 10 i 11.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**): La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de tennis taula, que, tot i la seva trajectòria esportiva consolidada, encara no gaudeix de la mateixa visibilitat ni del mateix impacte turístic que altres disciplines més massives a la Costa Daurada, com ara el futbol o el ciclisme, i per tant, no és considerada una de les disciplines prioritàries. Tot i aquest fet, aquesta disciplina ocupa un lloc rellevant en l'àmbit esportiu del territori ja que la regió disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis orientats a la pràctica i promoció d'aquest esport, així com de clubs que competeixen a nivell nacional i europeu, els quals, en alguns casos, participen en esdeveniments d'abast internacional.

A més, una part significativa de les competicions i esdeveniments de tennis taula se celebren fora de la temporada alta, fet que contribueix a l'ocupació hotelera i a la dinamització econòmica en períodes de menor afluència turística. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 2 punts.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar els logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona tant a la zona de joc on tindrà lloc la competició (zona central) com a zones secundària del recinte, mitjançant diferents suports visuals: tanques perimetrals de la zona de competició (10 unitats de 2m * 1m) que es distribuïran en zones estratègiques perquè es puguin veure tant des de les retransmissions com pel públic assistent; tanca a la zona central de la paret, davant de la pista central (1 unitat de 1m * 1m), i tanques delimitadores del recorregut dins del recinte esportiu (6 unitats de 2m * 1m). S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 4,5 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa la presència del logotip de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona a l'esquena de cada jugador/a, a la part superior del tronc (10 unitats en format 20cm X 20cm). També s'incorporarà el logotip a la vestimenta del personal tècnic organitzador de l'esdeveniment. A més, es col·locarà un adhesiu al cotxe que s'utilitzarà per a realitzar els viatges de l'equip durant l'esdeveniment. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa incloure la presència dels logotips de la Costa Daurada i de la Diputació de Tarragona a la sala de premsa, al *photocall* de l'esdeveniment i a la sala principal de les instal·lacions. S'adjunten imatges als annexes, on es pot veure els logos i la seva mida, on s'observa que els logos de Costa Daurada i Diputació de Tarragona conviuran amb diversitat d'altres logotips. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada durant l'entrega de premis de l'esdeveniment, mitjançant la menció expressa de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la inclusió de la marca Costa Daurada als perfils oficials de la l'esdeveniment a X, Facebook i Instagram, amb un total d'entre 30 i 45 publicacions i una base aproximada de 2.000 seguidors a Instagram i 1.600 a Facebook, un volum baix. La presència de la marca Costa Daurada es proposa en forma de menció. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la presència dels logotips de la Costa Daurada i la Diputació de Tarragona a la part inferior de la pàgina web del club esportiu,

junt amb la resta de patrocinadors. Els logotips estaran enllaçats a les pàgines web corresponents. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa incloure els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona als tríptics (50 unitats) que s'emetin per a donar a conèixer l'esdeveniment als membres del club. També s'inclourà el logotip Costa Daurada i Diputació de Tarragona en un roll-up que s'instal·larà al club durant l'esdeveniment. El roll-up tindrà unes dimensions de 0,85 x 2m i els logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona que s'ubicaran a la part superior seran de 20 x 50cm. Els logotips conviuran amb altres marques comercials. **Puntuació obtinguda: 0.3 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): El licitador proposa una difusió de la marca Costa Daurada al canal autonòmic 3CAT, a través de la retransmissió en directe dels partits, a la Xarxa TV (la plataforma de streaming que dona accés a més de 30 televisions locals de Catalunya), a través de la cobertura dels partits en l'espai del telenotícies (2 vegades durant l'esdeveniment), i a la televisió local Canal Reus, també a través de la cobertura dels partits a l'espai del telenotícies (5 vegades durant tot l'esdeveniment). Es preveu una cobertura amb 8 retransmissions que sumaran un total aproximat d'entre 1 i 3 hores d'emissió. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de la plataforma de Youtube, mitjançant l'aplicació fixa del logo de Costa Daurada en diferents plans de càmera (format "mosca") i l'emissió d'un anunci publicitari de Costa Daurada en la retransmissió de 3 partits. També proposa la difusió de la marca Costa Daurada en format mosca en diferents plans de càmera en la retransmissió de 6 partits a través de la plataforma Ettu.tv, que és la plataforma oficial de transmissió en línia de la European Table Tennis Union (ETTU), l'organisme rector del tennis de taula a Europa). No s'incorpora el nom del perfil de YouTube / Ettu.tv per tal d'evitar aportar informació relativa al sobre 3. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): El licitador proposa la difusió de la marca Costa Daurada a través de l'emissió de 5 notícies amb una durada d'un minut cadascuna a l'emissora de radio local Radio Nova, en concret a la secció de Notícies del programa esportiu, i l'emissió de 5 notícies amb una durada d'un minut cadascuna a l'emissora de ràdio Catalunya Ràdio, en concret, a la secció de notícies del programa dels Matins de Catalunya Radio. No s'especifica quina presència tindrà la

marca Costa Daurada en aquestes emissions. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): el licitador proposa 2 publicacions al Diari Més Tarragona, 3 publicacions al Diari Tarragona, ambdós suport d'àmbit locals i comarcal, i 1 publicació al Diari Sport, suport d'àmbit nacional. En els tres casos, s'especifica que es tractarà de la publicació de notícia breu de contingut Esportiu/Informatiu, sense especificar, però, quina serà la presència de Costa Daurada en aquestes publicacions. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): el licitador proposa 2 publicacions al suport digital Reus Digital, 3 publicacions a la versió digital del Diari Tarragona, 1 publicació a la versió digital del Diari Sport (sport.es) i 2 publicacions a la plataforma digital de RFETM (sigles de Real Federación Española de Tenis de Mesa, l'organisme oficial que regula, promou i organitza el tenis de taula a nivell estatal a Espanya). En tots els casos, s'especifica que es tractarà de la publicació de notícia breu de contingut Esportiu/Informatiu, sense especificar, però, quina serà la presència de Costa Daurada en aquestes publicacions **Puntuació obtinguda: 0,7 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 19,5 punts.

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 25-30 participants i 300 persones per partit de l'equip local que tindrà un total de 3 partits durant la fase de grup, el que vol dir que el total serà de unes 900-1000 persones durant tot l'esdeveniment. Per la valoració es té en compte que una part de les persones assistents poden ser repetidores entre partits. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0,5 punts .

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**): Es preveu l'assistència de jugadors d'àmbit nacional, entre els quals destaquen representants de Catalunya i Andalusia. El licitador també especifica que l'esdeveniment comptarà amb la participació de 30 jugadors internacionals, provinents de països com França, Alemanya i Portugal.

En la valoració, s'ha tingut en compte que Andalusia no forma part dels mercats considerats estratègics per a la Costa Daurada. Pel que fa als mercats internacionals, tot i el nombre reduït de participants per país, es

valora positivament el potencial de visibilitat que pot generar la presència de representants internacionals, ja que pot afavorir l'interès i la projecció de l'esdeveniment en els seus respectius països d'origen. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 1,5 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta presentada pel licitador destaca diverses mesures ambientals orientades a la sostenibilitat. El club instal·larà una font d'aigua per reduir al màxim la generació de residus plàstics derivats de l'ús d'ampolles d'un sol ús, i es promourà activament l'ús de carmanyoles i ampolles reutilitzables.

D'altra banda, s'indica que el club disposarà de papereres per a la recollida selectiva de residus, diferenciades per fraccions (paper, plàstic i rebuig), amb l'objectiu de fomentar el reciclatge entre els participants i assistents. Així mateix, el club compta amb il·luminació LED a tot el recinte, fet que contribueix a l'eficiència energètica de les instal·lacions. També es fa constar que la difusió dels esdeveniments es realitza exclusivament a través de les xarxes socials, amb la finalitat de minimitzar el consum de paper. Tanmateix, aquests tres darrers aspectes no es tenen en compte en la valoració, ja que no es consideren elements intrínsecs a l'esdeveniment en si.

Pel que fa a les mesures socials, el licitador destaca que, durant l'esdeveniment, es formalitzaran convenis específics amb diverses entitats socials del municipi de Reus i de la província de Tarragona, amb l'objectiu de facilitar-ne l'accés i la participació. Entre les col·laboracions previstes, cal destacar la implicació de l'Associació Parkinson Reus i Baix Camp, l'Associació Dr. Tosquelles, l'Associació DOWN, entre d'altres. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l' apartat E: 1,5 punts

TOTAL PUNTUACIÓ: 25 PUNTS

DEPORTE INTERNACIONAL: LOT 1

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **ciclisme professional en ruta**, considerada una de les modalitats esportives prioritàries a les Terres de l'Ebre i a la Costa Daurada (tant en BTT com en ciclisme en carretera). Dins del programa de "Turisme actiu i natura" hi figuren com a certificats en cicloturisme Amposta, Mont-roig del Camp, Tortosa i Vila-seca i els Consells Comarcals de la Terra Alta i el Baix Ebre. L'especial orografia i el clima temperat de la destinació fan que la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre ja tinguin consolidat el seu posicionament en el producte esportiu ciclisme. A més, aquesta disciplina es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 4 punts.

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives **(Màxim 6 punts)**: El licitador proposa una incorporació de la marca Terres de l'Ebre al llarg de tot el recorregut i les zones clau de la prova ciclista internacional. Es preveu la instal·lació de pancartes de gran format a la zona de sortida i arribada, incloent-hi 40 metres de pancartes Tyvek a l'arribada i una pancarta específica situada a 2 km de meta, dissenyada per ser captada per les càmeres de televisió. A més, es col·locarà el logotip a la cinta de sortida. S'adjunta documentació gràfica amb els esquemes i ubicacions previstes dels suports visuals. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material **(Màxim 6 punts)**: La proposta preveu la presència de la marca Terres de l'Ebre en diversos elements de l'equipament i materials associats a la cursa. Tots els ciclistes participants portaran dos dorsals amb el logotip de la marca, així com una placa identificativa a la bicicleta amb el mateix número. S'adjunta documentació gràfica amb el disseny previst de les samarretes i la ubicació del logotip. Els elements inclosos en el punt anterior, no es valoren en aquest apartat tot i tornar a ser anomenats en la proposta del licitador. S'adjunta documentació gràfica amb els esquemes i ubicacions previstes dels suports visuals. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) **(Màxim 2 punts)**: La proposta preveu la presència del logotip de Terres de l'Ebre al podi de sortida i al podi d'arribada, així com a les classificacions oficials i a l'arc d'arribada.. També es col·locarà en un panell institucional al costat del camió-podi de sortida, on es realitzarà el control de signatures i la presentació dels equips. A més, s'instal·laran photocalls amb el logotip de la marca tant a la zona de sortida com a la d'arribada, destinats a entrevistes i cobertura audiovisual. Finalment, es preveu la presència del logotip en pantalles LED i en roll-ups durant diferents actes institucionals. S'adjunta documentació gràfica amb els esquemes i ubicacions previstes dels suports visuals. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant l'esdeveniment mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. **(Màxim 1 punt)**: El licitador proposa la presència de la marca Terres de l'Ebre a la roda de premsa de posada en escena, a la roda de premsa de la presentació oficial de la cursa i l'acte de lliurament de premis. A més, es preveu la publicació de diverses notes de premsa abans, durant i després de la prova, assegurant una cobertura mediàtica continuada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials de l'esdeveniment o entitat organitzadora **(Màxim 2 punts)**: Es preveu la publicació de continguts als perfils oficials de l'esdeveniment d' Instagram, Facebook i X (antic Twitter), amb un mínim de 50

publicacions per plataforma, incloent-hi reels, fotos, vídeos i històries, i una abast total de 2.400 seguidors. Tots els continguts incorporaran el logotip de la marca i mencions específiques com a patrocinador principal. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web de l'esdeveniment o entitat organitzadora, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La proposta contempla la presència de la marca Terres de l'Ebre a la portada del web oficial www.classicaterresdelebre.cat, així com en les comunicacions a través de newsletters, el llibre de ruta, comunicats als mitjans i un vídeo promocional. Aquestes accions es desplegaran des de dos mesos abans de la cursa fins a la seva finalització, amb un mínim de sis accions informatives. La marca apareixerà en format escrit, gràfic i audiovisual, garantint una exposició continuada i transversal en els canals digitals de major abast. S'adjunta una imatge que permet visualitzar els elements però no com serà la presència de la marca Terres de l'Ebre. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de l'esdeveniment, etc.) (**Màxim 1 punt**): La proposta preveu la presència de la marca Terres de l'Ebre amb la inclusió del logotip en cartells a color en format A3, en el llibre de ruta (portada, escrit i dues pàgines interiors), en les acreditacions del personal i en el material gràfic de l'organització. A més, es preveu la publicació de publicitat específica dins el llibre de ruta. S'adjunta una imatge que permet visualitzar com serà la presència de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): L'esdeveniment serà retransmès en directe per Eurosport internacional i TV3/Esport3, amb una durada prevista d'1 hora i 30 minuts per emissió. A més, es contempla una emissió addicional per Eurosport nacional, reforçant la presència de la marca en l'àmbit estatal. Aquesta cobertura permetrà una difusió massiva de la marca a través de canals especialitzats en esport, amb una audiència potencialment internacional i altament segmentada. **Puntuació obtinguda: 3,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de l'esdeveniment en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): el licitador reitera la informació presentada en l'apartat anterior, limitant-se a modificar el valor associat al retorn econòmic de la marca, sense especificar si es tracta d'accions diferenciades o complementàries. Per aquest motiu, i atesa la manca de concreció, aquest criteri es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): la proposta inclou la difusió de

la marca Terres de l'Ebre a través de retransmissions radiofòniques, amb mencions específiques durant la cobertura de l'esdeveniment, tot i que el document no detalla el nom de les emissores ni la durada de les intervencions. Atesa la manca de concreció, aquest criteri es valora amb 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): la proposta inclou la difusió de la marca Terres de l'Ebre a través de premsa local, autonòmica i nacional, amb 2 publicacions per mitjà, tot i que el document no detalla el nom dels suports ni quina presència tindrà la marca Terres de l'Ebre en aquestes publicacions. Atesa la manca de concreció, aquest criteri es valora amb 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de l'esdeveniment en mitjans online (**Màxim 1 punt**): la proposta inclou la difusió de la marca Terres de l'Ebre a través de diversos mitjans online, amb 2 publicacions per mitjà, tot i que el document no detalla el nom dels suports ni quina presència tindrà la marca Terres de l'Ebre en aquestes publicacions. Atesa la manca de concreció, aquest criteri es valora amb 1 punt. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): La proposta preveu una acció de publicitat pagada al canal de televisió Eurosport. Tanmateix, no s'especifica si l'emissió tindrà abast nacional o internacional, ni es concreta la presència de la marca Terres de l'Ebre. Tampoc s'indica clarament el format publicitari que s'utilitzarà, ja que l'única menció és "emissió cursa", la qual no es pot considerar un format publicitari pròpiament dit. A causa d'aquesta manca de concreció i claredat, aquest criteri es valora amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 20,5 punts

- C. Dimensió de l'esdeveniment: capacitat d'atraure participants o públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu una assistència de 140 participants i 15.000 persones de públic. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 2 punts

- D. Grau d'alineació del públic i/o participants i de la promoció/publicitat de l'esdeveniment en relació amb els mercats estratègics de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre (**Màxim 5 punts**): El licitador indica una "Difusió nacional" "Difusió internacional" en les cel·les "Àmbit nacional" i "Àmbit internacional", sense afegir cap informació de valor que permeti la valoració d'aquest apartat. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 0 punts

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): la proposta preveu la instal·lació de diverses zones anomenades "ECO ZONES" on els corredors podran llençar les deixalles de manera controlada. També es col·locaran contenidors a la zona d'arribada per facilitar la recollida selectiva de residus

entre el públic assistent. Totes aquestes mesures estaran detallades al llibre tècnic de ruta i tenen com a objectiu garantir una gestió responsable dels residus generats durant l'esdeveniment.

Pel que fa a les mesures de caràcter social, es preveu la participació de tres equips de categoria Elit sub-23 de la demarcació de Tarragona, oferint-los l'oportunitat de competir al costat d'equips professionals i de ser vistos per possibles reclutadors. Aquesta acció busca afavorir la projecció esportiva dels joves ciclistes del territori i fomentar la seva transició cap al professionalisme. A més, la presència d'equips i corredors de més de vint països diferents contribueix a la diversitat i a l'intercanvi cultural dins l'esdeveniment.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt

TOTAL PUNTUACIÓ: 27,50 PUNTS

PATROCINI D'EQUIPS ESPORTIUS – LOT 12, LOT 13, LOT 14

D'acord amb els criteris d'adjudicació subjectes a judici de valor de l'apartat 8 de la memòria dels Lots 12 al 15, correspon a la proposta tècnica un màxim de 49 punts. Només passen a la fase de valoració de criteris automàtics aquelles ofertes que hagin obtingut una puntuació definitiva mínima de 24,5 punts.

Tenint en compte els criteris de valoració establerts, s'estableix la valoració i puntuació següent a les ofertes presentades i acceptades:

PENYA CICLISTA BAIX EBRE: LOT 14 i LOT 15

El licitador ha presentat una proposta per als lots 14 i 15 destinats al patrocini d'equips esportius, amb una oferta d'esdeveniment esportiu que no correspon a aquesta tipologia. Per aquest motiu no es pot valorar aquesta proposta.

CLUB BÀSQUET SALOU: LOT 12, LOT 13

Presenten la mateixa proposta tècnica per als lots 12 i 13.

- A.** Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de bàsquet, considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada. El territori disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis destinats a la pràctica i el desenvolupament d'aquest esport, que es troba entre les 15 disciplines amb més nombre de

federats esportius. En concret, d'acord amb l'Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el bàsquet ocupa la segona posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol.

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts.

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incorporar el logotip de Costa Daurada als accessos del pavelló d'entrenament i joc. També es proposa incloure el logo de Costa Daurada a les banquetes, a la pista de joc, als laterals de la zona de joc, a la taula d'auxiliars i la zona de graderia. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El licitador proposa incloure el logo de Costa Daurada a la part posterior de les samarretes de joc i escalfament de l'equip **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): es col·locarà un roll-up amb la marca i una tablet amb el logotip visible a la taula de premsa. Aquests elements estaran presents durant les rodes de premsa postpartit, tant de l'equip local com del visitant, així com en les intervencions dels jugadors davant dels mitjans de comunicació. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada en cartells i publicacions vinculades a esdeveniments com el Torneig 3x3 Salou, el Torneig de Maig, el Campus d'Estiu i de Setmana Santa, l'Stage de pretemporada, la presentació de jugadors i staff, i el Parc de Nadal de Salou. Cada acció inclourà publicacions diàries durant els dies de celebració, amb menció explícita de la marca. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): Es preveu una presència diària de la marca Costa Daurada en les xarxes socials del club (Instagram, Facebook i X), amb un total de més de 6.500 seguidors, mitjançant publicacions com històries de 24 hores, cartells de partits, resultats i esdeveniments especials. A més, es farà una menció individual mensual i es publicarà un vídeo promocional específic de la marca. **Puntuació obtinguda: 1,5 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): El licitador proposa la presència de la marca Costa Daurada a la seva pàgina web oficial mitjançant la publicació de manera permanent del logo de

Costa Daurada a la capçalera i peu de la web oficial del club. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) **(Màxim 1 punt)**: El licitador preveu la incorporació del logotip de Costa Daurada en cartells digitals i físics de mida 1x1 metre en comerços locals, taulells del pavelló, xarxes socials i la web del club, amb finalitat de promocionar partits i activitats. A més, les entrades físiques per als dies de partit (25x10 cm) també inclouran el logotip de la marca, assegurant una visibilitat directa entre el públic assistent. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) **(Màxim 5 punts)**: Es preveu la retransmissió en directe de 16 partits de lliga regular i eliminatòries de Copa Espanya a través de La LigaTV, amb una durada de 2 hores per partit. A més, es retransmetran 6 partits de la Lliga Catalana i Segunda FEB per Tac12, també amb una durada de 2 hores cadascun. Tac12 inclourà mencions de la marca en els seus informatius diaris, amb una presència constant en l'àmbit audiovisual. Aquesta cobertura assegura una la visibilitat tant a nivell local com estatal. **Puntuació obtinguda: 2,5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) **(Màxim 1 punt)**: es preveu la retransmissió online dels partits a través de les plataformes de La LigaTV i MyPlay, amb un total de 16 retransmissions per canal i una durada aproximada de 2 hores per partit. No s'especifica quina presència tindrà la marca Costa Daurada durant les emissions. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques **(Màxim 3 punts)**: el licitador preveu la difusió de la marca Costa Daurada a través de retransmissions radiofòniques setmanals en les emissores locals Tarragona Ràdio i Catalunya Ràdio local. Es realitzaran dues mencions setmanals de 5 minuts cadascuna dins dels espais d'esports diaris, amb continguts centrats en cròniques esportives, resultats i activitats de l'equip. **Puntuació obtinguda: 1,5 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos **(Màxim 3 punts)**: el licitador preveu una cobertura regular de l'equip en els mitjans impresos del Diari de Tarragona, el Diari Més i altres diaris dels equips rivals. Es contempla una mitjana de tres publicacions setmanals, amb continguts centrats en resultats, cròniques i notícies relacionades amb l'activitat esportiva del club. **Puntuació obtinguda: 1,5 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online **(Màxim 1 punt)**: el licitador preveu la publicació de continguts setmanals a la pàgina oficial de la FEB, ZonaDeBasket, FCBQ online i altres portals que segueixen els equips

rivals. En total, es preveuen més de 7 publicacions setmanals, amb informació sobre resultats, cròniques de partits, fitxatges i avanços de jornada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 25,5 punts.

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu un nombre estimat d'assistent de 600 persones. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0,5 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): el licitador detalla 50.000 persones en l'àmbit nacional i 5.000 persones en l'àmbit internacional, sense detallar zones o països. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 0,5 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador menciona que es duran a terme mesures orientades a la reducció de la petjada de carboni, facilitant i promocionant el desplaçament sostenible tant per a l'equip local com per al visitant, incentivant l'ús de mitjans de transport públic, la mobilitat a peu i en bicicleta per part de jugadors, entrenadors, socis i seguidors.

Així mateix, es contempla la segregació adequada dels residus generats a les instal·lacions del club, amb l'objectiu de garantir una gestió eficient durant i després dels entrenaments, partits i altres esdeveniments

Pel que fa a les mesures socials, el club impulsa diverses accions socials com beques per a jugadors en risc d'exclusió, recollides solidàries de joguines i aliments durant els partits, i l'enviament de material esportiu al Senegal a través d'associacions locals. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1,5 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 32 PUNTS.

CLUB BÀSQUET SALOU: LOT 14

La proposta presentada pel licitador i és idèntica a la presentada per als lots 12 i 13 excepte en el punt 8 de l'apartat B. L'oferta contempla per al lot 14 un retorn econòmic lleugerament inferior, tot i mantenir el nombre de plataformes, abast i temps d'emissió televisiva. Això queda reflectit en la puntuació finalment obtinguda de la següent manera:

Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada en la retransmissió de les competicions de l'equip en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat). **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

TOTAL PUNTUACIÓ: 31,5 PUNTS.

CLUB BÀSQUET SALOU: LOT 15

La proposta presentada pel licitador i és idèntica a la presentada per als lots 12 i 13 excepte en els punts 1 i 8 de l'apartat B. Això queda reflectit en la valoració i la puntuació finalment obtinguda de la següent manera:

Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives: El licitador proposa incorporar el logotip de Costa Daurada als accessos del pavelló d'entrenament i joc. També es proposa incloure el logo de Costa Daurada a les banquetes, a la pista de joc, als laterals de la zona de joc, a la taula d'auxiliars i la zona de graderia. Aquestes últimes accions es proposen erròniament al punt 2, però és valoren en aquest apartat. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents.
Puntuació obtinguda: 4 punts.

Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada en la retransmissió de les competicions de l'equip en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat). L'oferta contempla per al lot 15 un retorn econòmic lleugerament inferior, tot i mantenir el nombre de plataformes, abast i temps d'emissió televisiva que en els lots 12 i 13.
Puntuació obtinguda: 2 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 29,5 PUNTS.

CLUB BÀSQUET TARRAGONA: LOT 15

- A.** Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la modalitat esportiva de bàsquet, considerada una de les disciplines prioritàries a la Costa Daurada. El territori disposa d'un ampli ventall d'infraestructures i serveis destinats a la pràctica i el desenvolupament d'aquest esport, que es troba entre les 15 disciplines amb més nombre de federats esportius. En concret, d'acord amb l'Anuario de Estadísticas Deportivas" de 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el bàsquet ocupa la segona posició en nombre de llicències federatives de l'estat Espanyol.
Puntuació obtinguda: 4 punts.

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 4 punts.

- B.** Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta contempla una presència de la marca Costa Daurada en diversos espais del pavelló, incloent vinils a la pista de joc, suports publicitaris a la UTV i difusió audiovisual a través d'una pantalla LED. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): El logotip de Costa Daurada s'inclourà a l'equipament esportiu dels primers equips masculí i femení (part superior del tronc), així com a tot el bàsquet formatiu del club (36 equips aprox.). També es preveu la seva presència en la uniformitat del personal tècnic i organitzatiu, i en les motxilles dels equips. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada, en convivència amb els logotips d'altres marques patrocinadores de l'equip, serà visible a la sala de premsa, mitjançant un photocall oficial, i en la zona mixta a peu de pista, on es realitzen entrevistes post partit. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): La marca serà esmentada com a patrocinador principal en diversos actes, incloent les falques publicitàries durant els partits i la presentació oficial dels equips. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): Es preveu una presència setmanal de la marca Costa Daurada als perfils oficials de l'equip a Instagram, Facebook i X, incloent stories, posts i cartells de partits, amb un abast total de 26.000 seguidors. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La marca apareixerà de forma permanent a la home i a la secció de patrocinadors del web del club. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): La marca s'inclourà en tot el material gràfic del club (100 dissenys aprox.), tant digital com físic, a l'apartat on apareixen els patrocinadors, i en les invitacions escolars distribuïdes durant les visites als centres educatius. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): Es preveu la retransmissió de 4 partits per TAC12, amb una durada de dues hores per emissió, garantint una cobertura audiovisual significativa. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube,

Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): es preveuen retransmissions a través de MyPlay (la plataforma específica de retransmissió dels partits de l'entitat, vinculada a l'APP de la FCBQ), les qual inclouran la marca Costa Daurada en pantalla durant els partits dels equips masculí i femení. **Puntuació obtinguda: 0,5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): No es detallen accions específiques en aquest apartat, per la qual cosa no s'assigna puntuació. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): la marca Costa Daurada apareixerà en notícies setmanals (3 per setmana) publicades al Diari de Tarragona i al Diari Més, amb continguts relacionats amb l'activitat esportiva del club. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): es preveu que la versió digital dels diaris Diari de Tarragona, Diari Més Tarragona, Radio ciutat de Tarragona, Tarragona Ràdio, TAC 12 i Infocamp publiquin continguts setmanals amb mencions a la marca, incloent cròniques, prèvies i notícies esportives. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntuarà amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 19,25 punts

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu un nombre estimat d'assistents de 20.000 persones. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 1.5 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): La proposta inclou els dos primers equips de l'entitat, amb seu a Tarragona. L'equip masculí competeix en una lliga de categoria estatal que implica desplaçaments regulars fora de la província, incloent-hi comunitats autònomes com Aragó, considerat mercat estratègic per a la marca Costa Daurada. L'equip femení participa en una competició d'àmbit autonòmic dins de Catalunya, amb projecció autonòmica. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 2 punts

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador menciona que l'entitat ha implementat diverses mesures sostenibles, com ara l'ús d'envasos reutilitzables per a la hidratació dels jugadors, la substitució del carnet de soci físic per un carnet digital mitjançant una aplicació, i la coordinació dels desplaçaments dels equips per compartir transport i reduir emissions. Aquestes accions s'han adoptat en els darrers anys i es mantindran en el futur.

Pel que fa a les mesures socials, des de fa cinc anys, l'entitat desenvolupa un projecte de bàsquet inclusiu per a persones amb diversitat funcional, amb un equip específic que entrena i competeix de manera regular. La iniciativa promou la integració, el desenvolupament personal i la cohesió social, i reflecteix el compromís de l'entitat amb la inclusió i l'accessibilitat a l'esport. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 2 punts

TOTAL PUNTUACIÓ: 28,75 PUNTS

CLUB DE FUTBOL REDDIS: LOT 12 i LOT 13

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 12 i 13.

A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (Màxim 4 punts).

- La proposta s'emmarca dins la disciplina de futbol, considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. Actualment, Cambrils i Salou disposen de la certificació oficial en aquesta disciplina, i Prades compta també amb equipaments certificat per a la pràctica de futbol.

A més, la destinació ofereix una àmplia xarxa d'infraestructures i serveis especialitzats per a la pràctica i promoció d'aquest esport, que es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats. Concretament, segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el futbol ocupa la primera posició pel que fa al nombre de llicències federatives a l'Estat espanyol. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 4 punts.

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta contempla una presència de la marca Costa Daurada en diversos espais del pavelló, incloent vinils a la pista de joc, suports publicitaris a la UTV i difusió audiovisual a través d'una pantalla LED. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La marca Costa Daurada apareixerà a les mànigues dels dos equipaments del primer equip, així com a la roba de treball, xandalls, polos i motxilles del personal i jugadors. Aquesta presència es mantindrà tant en partits com en entrenaments i actes institucionals. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**

- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La marca estarà present al photocall de la sala de premsa, a una pantalla LED davant la microfonia i a les acreditacions de premsa. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): La marca comptarà amb mencions institucionals en tots els actes protocol·laris i de representació —visites a hospitals, ONG, ajuntament, presentacions, lliuraments de premis i notes de premsa— on apareixerà el logotip de 10 × 10 cm a la peça oficial de la roba corporativa. A més, l'speaker reproduirà la menció especial de 10 segons en cadascun dels 20 partits estimats de lliga a casa produïts pel club. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): La marca tindrà presència destacada a Instagram, X i YouTube del club, amb publicacions regulars i mencions a través de hashtags i logos. S'estimen més de 3 milions d'impactes anuals. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La marca disposarà d'un banner permanent al web oficial del club amb enllaç directe a la seva pàgina. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 0.50 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): La marca apareixerà a totes les entrades físiques i digitals dels partits, així com als cartells informatius dels enfrontaments. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta preveu que la marca tingui visibilitat a Esport3, La Xarxa, Canal Reus, TV3, La Sexta i Movistar Plus, amb la cobertura de la retransmissió del partit en directe, notícies, entrevistes o cròniques. **Puntuació obtinguda: 2.5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La marca apareixerà en les retransmissions per YouTube del canal Sempre Reus, amb una mitjana de 20 espectadors per partit. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La marca Costa Daurada serà present a Catalunya Ràdio, Ràdio Marca Catalunya i Ràdio La Nova, amb un impacte estimat de més de 4 milions d'oients. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (Màxim 3 punts): es preveu la cobertura per part del Diari de Tarragona, el Mundo Deportivo, el Diari Sport i al Diari Més a través de cròniques, resultats, fotografies de partits de les diferents jornades, notícies setmanals, cròniques, etc. on s'espera que hi ha presència de la marca Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 1,5 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): es preveu que la marca Costa Daurada tingui presència en els portals Reus Digital, Tarragona Digital, Mundo Deportivo, Diari Sport, Diari Més, Diari Tarragona, ABC i El Periódico. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): la proposta preveu la difusió d'un vídeo promocional del club amb tancament de la marca Costa Daurada a Canal Reus, amb 52 insercions anuals. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'aparc B: 25,25 punts

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, s'estima que al llarg del curs 2025/26 el recinte acollirà prop de 32.000 persones, xifra que podria créixer fins a 45.000 si s'hi afegeixen dos possibles partits de play-off o de Copa o resultats de la temporada. **Puntuació obtinguda: 2 punts**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat C: 2 punts

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): La temporada 2025-26 preveu desplaçaments a Aragó, Comunitat Valenciana i Illes Balears. La presència en àmbit internacional és reduïda: l'equip es fonamenta en una columna vertebral de futbolistes de la ciutat, però incorpora talent procedent de Portugal i d'Itàlia que projecta la seva imatge més enllà de l'àmbit local. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 1 punt

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador menciona que el club impulsa diverses mesures ambientals en les seves instal·lacions, les qual inclouen la substitució de la il·luminació per sistemes LED d'alta eficiència amb sensors de presència, la digitalització total del sistema de venda d'entrades per reduir l'ús de paper, i la instal·lació de plaques solars a la coberta del pavelló per fomentar l'autoconsum energètic.

Pel que fa a les mesures socials, el club ha confirmat dues accions socials destacades per al curs 2024-25: una campanya de Nadal solidària amb la Creu Roja, en què es lliuraran joguines noves per a infants vulnerables, i una recollida de joguines durant els partits a Reus, on els aficionats podran accedir

gratuïtament a l'estadi si hi col·laboren amb una joguina. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt

TOTAL PUNTUACIÓ: 33,25 PUNTS

CLUB GIMNÀSTIC TARRAGONA: LOT 13, LOT 14 i LOT 15

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 13, 14 i 15.

- A.** Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de rítmica, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. A més, aquesta disciplina no es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu, la puntuació obtinguda és 0. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 0 punts.

- B.** Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta contempla la presència de la marca Costa Daurada en diversos espais del pavelló. Aquesta visibilitat inclou el cercle central de la pista, el marcador electrònic, les portes dels vestidors, els seients (amb vinils en 520 cadires), les baranes, les parets interiors i un gran rètol a l'entrada del recinte. S'adjunten esquemes visuals del pavelló on es mostren les ubicacions exactes dels elements gràfics esmentats. **Puntuació obtinguda: 5.5 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La marca Costa Daurada es farà visible en tot l'equipament esportiu del club: bosses d'esport, motxilles, xandalls, samarretes del personal tècnic, roba d'entrenament i carpetes per a jutges i participants. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La marca estarà present en espais clau com el pòdium, la zona d'inscripcions, la sala de premsa i un photocall oficial. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): La marca serà mencionada com a patrocinador oficial en actes com la presentació de temporada, rodes de premsa, lliurament de medalles, clausura de temporada i notes de premsa. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada tindrà presència destacada als perfils del club d'Instagram, Facebook, TikTok i WhatsApp, amb publicacions visuals, mencions i etiquetes específiques. Es preveuen més de 700 publicacions anuals amb impacte sobre públic familiar i esportiu. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada apareixerà de forma destacada a la portada de la web oficial del club, en newsletters mensuals, al blog i en un espai fix dins la web. També es preveu la inclusió en aplicacions mòbils i notificacions digitals. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): La marca Costa Daurada serà present en cartells, díptics, flyers, adhesius, entrades i marxandatge commemoratiu com clauers i polseres (en total, 8.000 unitats). Aquests materials es distribuïran en esdeveniments, fires i activitats escolars, reforçant la presència de la marca en l'àmbit local i familiar. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): Es preveuen aparicions a TAC12 i TVE Catalunya, amb notícies i reportatges sobre les competicions del club, en un total de 6 ocasions, de 3 minuts cada aparició. **Puntuació obtinguda: 1.5 punt.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): Es preveuen retransmissions en directe a través dels perfils oficials de l'equip a YouTube, Instagram Live i Twitch (6 retransmissions per plataforma/30 minuts per retransmissió). **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La marca serà mencionada a les emissores de Ràdio Ciutat de Tarragona, Tarragona Ràdio i SER Catalunya, amb un total de 30 mencions anuals. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (Màxim 3 punts): es preveuen 3 reportatges al Diari de Tarragona i 3 al Diari Més, amb cobertura de les activitats del club. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): la marca Costa Daurada apareixerà en notícies publicades a TarragonaDigital.com, Diaridetarragona.com i diaridigital.tarragona21.com, amb una previsió de 4 publicacions per suport. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): la proposta preveu campanyes segmentades a Instagram (META Ads), amb publicacions i stories patrocinades dirigides a públic jove i famílies del territori, i accions de publicitat a premsa escrita, amb la inserció de mòduls publicitaris al Diari Més i banners digitals al Diari de Tarragona, especialment en períodes de gran audiència **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 19.5 punts.

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, aquest preveu un nombre estimat d'assistent de 1.200 persones. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 0.5 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): el licitador detalla que l'equip tindrà participació en competicions arreu de l'Estat Espanyol sones en l'àmbit nacional i que realitzarà intercanvis i exhibicions amb clubs de França i Andorra, sense especificar més detalls. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat D: 1 punt.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): Amb l'objectiu de reduir l'impacte ambiental, es proposen diverses mesures sostenibles durant els esdeveniments esportius de l'equip, com la promoció de l'ús de gots reutilitzables i fonts d'aigua per eliminar els plàstics d'un sol ús, la implementació de punts de recollida selectiva amb senyalització per facilitar la gestió de residus, i que tot el material comunicatiu es farà en paper reciclat i tintes ecològiques. A més, es fomentarà l'ús del transport públic i es difondran missatges de sensibilització ambiental.

Pel que fa a les mesures socials, el club està duent a terme accions adreçades especialment a infants i col·lectius vulnerables. Promou la inclusió sense discriminació i es crea un programa de beques amb el suport d'entitats socials. També s'organitzen activitats inclusives amb escoles d'educació especial i jornades esportives gratuïtes. Es posa en marxa un sistema de mentoria entre gimnastes per fomentar valors positius. Finalment, es treballa en xarxa amb entitats i serveis del territori per garantir una acció coordinada. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 22 PUNTS

CLUB GIMNASTIC TARRAGONA SAD: LOT 12

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **futbol**, considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. Actualment, Cambrils i Salou disposen de la certificació oficial en aquesta disciplina, i Prades compta també amb equipaments certificat per a la pràctica de futbol.

A més, la destinació ofereix una àmplia xarxa d'infraestructures i serveis especialitzats per a la pràctica i promoció d'aquest esport, que es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats. Concretament, segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, el futbol ocupa la primera posició pel que fa al nombre de llicències federatives a l'Estat espanyol. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 4 punts.

- B. Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta contempla una presència de la marca Costa Daurada en diversos espais del pavelló, incloent insercions al terreny de joc, al vídeo marcador, a les portes d'entrada, als torns d'entrada, a les zones centrals de la grada, a la zona del gol sud i altres ubicacions estratègiques com el cercle central de la gespa. A la zona secundària, als accessos a la tribuna hi ha un cartell amb la marca Costa Daurada. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (Màxim 6 punts): La marca Costa Daurada apareixerà a les mànigues de la roba del personal operatiu i logístic, a l'autocar oficial de l'equip i a la nevera d'aigües portàtil del primer equip. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): Presència del logotip de Costa Daurada a la sala de premsa (backdrop i micròfon), a la sala presidencial (panell corporatiu) i a la zona mixta. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim**

1 punt): Presència de la marca en actes institucionals, presentacions de jugadors, notes de premsa (però em format de logotip a la pàgina web on es consulten les notícies, juntament amb el de la resta de patrocinadors de l'equip) i accions promocionals de la Diputació i Patronat de Turisme. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**

- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): Presència diària de la marca Costa Daurada en els perfils oficials de l'equip a X, Instagram i Facebook a través amb mencions, logotip i publicacions específiques, amb un abast total del 190.000 seguidors. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): Presència del logotip de Costa Daurada a la pàgina web oficial, en convivència amb el logotip d'altres patrocinadors, al butlletí setmanal i a les comunicacions durant els partits (un mínim de tres publicacions a cada partit amb un mínim de 40 partits). S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 0.50 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): Presència del logotip de Costa Daurada a entrades (2.500 entrades de mitja cada partit amb un mínim de 20 partits per disputar), flyers, tríptics, calendaris i fotografies oficials, amb una total de 10.000 unitats en total. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta preveu cobertura a Esport3, TV3, RFEF TV (plataforma oficial de vídeo de la Real Federación Española de Fútbol) , Mediapro, TVE Catalunya, canals autonòmics, TAC12, DAZN, Movistar+, Amazon Prime i altres, a través de partits en directe, notícies retransmissions. Al pla general de la televisió es veurà el nom de les instal·lacions esportives i en els diferents plans curts també a través de cartells, espais amb la marca, a la U televisiva i altres emplaçaments. A més, la marca Costa Daurada també serà part del nom de les instal·lacions on es mencionarà clarament la marca al mencionar el nom de les instal·lacions esportives. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta preveu la retransmissió a Youtube, Instagram, FEF TV (plataforma oficial de vídeo de la Federació Espanyola de Futbol), FCF TV (plataforma oficial de streaming de la Federació Catalana de Futbol) i altres plataformes amb presència del logotip. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La marca Costa Daurada serà present Tarragona Ràdio i Ràdio Ciutat Tarragona a través de mencions en falques setmanals i cobertura de partits. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (Màxim 3 punts): es preveu cobertura en més de 20 mitjans impresos d'àmbit local, autonòmic, estatal i internacional (detallats a la proposta) amb mencions i presència del logotip de Costa Daurada. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): es preveu que la marca Costa Daurada tingui presència en més de 20 mitjans online (es detallen a la proposta) a través de mencions i presència del logotip. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): la proposta preveu una campanya de publicitat a Instagram ads on apareixerà el logotip de la marca Costa Daurada entre els d'altres patrocinadors a l'anunci. No se'n el temps que la campanya estarà activa. També es menciona una acció a la Revista de l'equip i al vídeo marcador, però aquesta accions no es contemplen com a publicitat pagada. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat B: 23.75 punts.

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, la previsió d'assistència és de 9.000 persones de mitjana cada partit jugant a tercera divisió i 10.000 persones jugant a segona divisió en un mínim de 23 partits podent superar aquestes xifres degut a tenir una capacitat d'assistència superior. **Puntuació obtinguda: 2 punts**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 2 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): el licitador detalla més de 250.000 persones en l'àmbit nacional i més de 50.000 persones en l'àmbit internacional, sense detallar zones o països. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 3 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): La proposta del licitador menciona que les instal·lacions on juga l'equip compten amb reg eficient i il·luminació LED per reduir el consum d'aigua i energia. Els desplaçaments es fan amb autobusos que utilitzen dièsel 100 % renovable, promovent el transport públic i evitant l'ús de vehicles privats. També es facilita l'accés amb autobús els dies de partit gràcies a una parada pròxima amb bones connexions. A més, hi ha plaques solars i la gestió de residus es fa a través de l'ajuntament.

Pel que fa a les mesures socials, el club del que forma part l'equip, disposa d'un equip mixt per a persones amb discapacitat intel·lectual superior al 33%. Durant la temporada es realitzarà un mínim d'una jornada solidaria en cooperació amb diverses entitats sense ànim de lucre del territori per tal de cooperar

econòmicament amb els ingressos per venda d'entrades. Disposem d'un 4% de treballadors amb discapacitat integrats a la plantilla de treballadors.
Puntuació obtinguda: 1 punt.

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 33,75 PUNTS

CLUB DE VOLEIBOL SANT PERE I SANT PAU: LOT 12 I LOT 13

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 12 i 13.

- A.** Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de voleibol, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. A més, aquesta disciplina no es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu, la puntuació obtinguda és 0. **Puntuació obtinguda: 0 punts**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 0 punts

- B.** Difusió de la marca. (**Màxim 36 punts**). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta inclou lones verticals de gran format a l'accés principal (interior i exterior), vinils a l'accés interior i zona de pas a graderies, pancartes al perímetre del camp i enganxines de gran mida a la pista de joc. La marca Costa Daurada Diputació de Tarragona adoptarà una posició preferent, passant a dir-se l'equip formalment "Costa Daurada (nom de l'equip)". S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 4 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (Màxim 6 punts): La marca apareix en tres posicions a la samarreta (frontal superior, tronc inferior de darrera), pantalons, xandalls, motxilles, ampolles, gorres, lanyards i merchandising. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou la presència del logotip de Costa Daurada al photocall, als roll-ups a la zona de venda de merchandising i al cartell a la zona d'acreditacions. S'adjunta un esquema amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): Es preveu la menció verbal i visual de la marca en la presentació oficial dels equips, l'acte d'aniversari del club i en 22 notes de premsa oficials. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): La proposta inclou presència de la marca Costa Daurada als perfils oficials de l'equip a Instagram, Facebook i X amb més de 240 publicacions i un abast total del 5.70 seguidors. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *news/letters* o comunicacions, blogs, apps, etc. (**Màxim 2 punts**): Presència del logotip de Costa Daurada a la pàgina web oficial (en un total de 22 pàgines, inclosa la portada i una pàgina promocional específica), i creació d'una secció promocional a la web. També es menciona l'existència d'un document oficial per invitacions institucionals. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): Presència del logotip de Costa Daurada a tríptics entrades, carnets de socis i cartellera dels partits, amb un total de 3.100 unitats en total. S'adjunta documentació gràfica de suport. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): La proposta preveu retransmissions (un total de 6) per RTVE, TAC12 i Esport3 per a l'equip masculí i TAC12 (un total de 2) per al femení. **Puntuació obtinguda: 3 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): La proposta preveu la retransmissió a YouTube dels partits masculins i femenins amb presència de la marca Costa Daurada, als perfils de clubs nacionals i catalans amb retransmissions obligatòries per la RFEVB (Real Federació Espanyola de Voleibol). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): Es preveu que la marca Costa Daurada sigui present a Catalunya Ràdio a través de mencions en jornades destacades per als equips masculí i femení (4 mencions de 3 minuts). **Puntuació obtinguda: 0,75 punt.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (**Màxim 3 punts**): es preveu tenir cobertura als suports locals del Diari de Tarragona i Diari Més (50 publicacions en cada un), i una publicació al diari d'àmbit estatal, Diari Marca. **Puntuació obtinguda: 1.25 punts.**

- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): es preveu tenir obertura en la versió digital dels mitjans Diari de Tarragona, Diari Més, Marca, RFEVB i TAC12. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat B: 19.25 punts.

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts): D'acord amb les dades presentades pel licitador, la previsió d'assistència és de 500-700 assistents i 50-60 participants. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat C: 0.5 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): El licitador presenta dades que inclouen impactes d'accions de màrqueting, però aquestes no corresponen a l'objectiu d'aquest punt, que és especificar l'abast de la competició a nivell nacional i internacional. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 0 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): El Club fomenta desplaçaments sostenibles amb l'ús d'autobús per reduir l'impacte ambiental. La gestió interna és completament digital, amb arxius al núvol per eliminar el paper. A més, l'equipament és reutilitzable i fabricat amb materials reciclats i certificats de sostenibilitat.

La proposta del licitador menciona que des del 2005, el club impulsa el projecte Voleibol Rotació, actiu des del 2005, i el qual porta el voleibol a les escoles fomentant valors com la cooperació, el respecte i el treball en equip, promovent la integració social i el desenvolupament dels infants.

Per altra banda, el desembre de 2023 es va aprovar un Protocol d'Igualtat, Inclusió i Prevenció de l'Acosament per combatre el bullying, l'assetjament i la discriminació, garantint un entorn esportiu segur i inclusiu. L'objectiu és fomentar un esport just, igualitari i lliure de violència.

No es detallen propostes de caire mediambiental. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1 punt.

TOTAL PUNTUACIÓ: 20.75 PUNTS

CLUB DE VOLEIBOL SANT PERE I SANT PAU: LOT 14

La proposta presentada per l'adjudicatari és idèntica a la presentada per als lots 12, i 13 excepte en els següents punts de l'apartat B: 8 i 11. La proposta inclou menys

mitjans i plataformes de difusió amb un retorn substancialment inferior a l'especificat pels dos lots anteriors.

Això queda reflectit en la puntuació obtinguda en aquests punts concrets:

Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada en la retransmissió de les competicions de l'equip en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat).
Puntuació obtinguda: 2 punts.

Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada en la cobertura de l'equip per part de la premsa escrita en suports impresos.
Puntuació obtinguda: 0,75

TOTAL PUNTACIÓ: 19,25 PUNTS

CLUB DE VOLEIBOL SANT PERE I SANT PAU: LOT 15

La proposta presentada per l'adjudicatari és idèntica a la presentada per als lots 12, i 13 excepte en els següents punts de l'apartat B: 8, 11 i 12. La proposta inclou menys mitjans i plataformes de difusió i/o amb un retorn substancialment inferior a l'especificat pels lots 12 i 13.

Això queda reflectit en la puntuació obtinguda en aquests punts concrets:

Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada en la retransmissió de les competicions de l'equip en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat).
Puntuació obtinguda: 1,5 punts.

Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada en la cobertura de l'equip per part de la premsa escrita en suports impresos.
Puntuació obtinguda: 0,25

Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada en la cobertura de l'equip en mitjans online.

Puntuació obtinguda: 0,25

TOTAL PUNTACIÓ: 17,5 PUNTS

REUS DEPORTIU: LOT 13, LOT 14, LOT 15

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 13, 14 i 15.

- A.** Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **hoquei sobre patins**, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. A més, aquesta disciplina no es posiciona entre les 15 disciplines amb més

esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu, la puntuació obtinguda és 0. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat A: 0 punts

B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:

- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta inclou la incorporació de la marca Costa Daurada en múltiples ubicacions del pavelló, incloent-hi 80 metres de sòcol publicitari, una pancarta de 2x0,8 metres en zona de visibilitat televisiva, i presència al marcador electrònic. També es col·locaran enganxines a la porta d'accés i samarretes exposades a la botiga. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La marca Costa Daurada es farà visible al pit de la samarreta del primer i segon equip, així com en la roba del personal de l'organització, motxilles i altres materials. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 6 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): Es col·locarà un roll-up amb la marca Costa a la sala de premsa i cartells indicatius per a mitjans. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): La marca serà mencionada en les retransmissions de l'OK Lliga TV (la plataforma oficial de streaming de la OK Liga de hockey sobre patins, gestionada per la Real Federación Española de Patinaje (RFEP)) com a patrocinador de les pauses publicitàries. **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada apareixerà en els perfils oficials de l'equip d'Instagram, X, Facebook i Telegram, amb un abast total de gairebé 230.000 seguidors i milers d'impactes anuals. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada tindrà un banner estàtic amb enllaç a la web oficial del club. S'adjunta una imatge amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents **Puntuació obtinguda: 1.25 punts.**

- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) **(Màxim 1 punt)**: La marca Costa Daurada apareixerà a les entrades físiques i digitals, així com als cartells de partits i cròniques. S'adjunten imatges de referència amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) **(Màxim 5 punts)**: Es preveu tenir visibilitat en múltiples canals, tan locals, autonòmics com internacionals, entre els qual es troben 3CAT, WSE TV, La Xarxa, Canal Reus, La Sexta entre altres **Puntuació obtinguda: 3.5 punts.**
- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) **(Màxim 1 punt)**: Es preveuen retransmissions en directe a través del perfils oficials de l'equip a YouTube (2 retransmissions mensuals/2hores per retransmissió). **Puntuació obtinguda: 0.5 punts.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques **(Màxim 3 punts)**: La marca serà mencionada a les emissores de Catalunya Ràdio, Cadena SER, COPE i radio Barcelos (internacional), amb mencions anuals i mensuals, depenent de l'emissora. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (Màxim 3 punts): es preveuen aparicions als diaris Diari de Tarragona, Diari L'Esportiu, Mundo Deportivo, Diari Sport, Diari més i diari LokalSport (internacional). **Puntuació obtinguda: 2 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online **(Màxim 1 punt)**: la marca Costa Daurada apareixerà en notícies publicades als portals de Reus Digital, Tarragona Digital, Mundo Deportivo, Diari Sport, Diari Tarragona, Remscheider General-Anzeiger (Internacional) i rh-news.net (Internacional-Alemanya). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada **(Màxim 3 punts)**: la proposta preveu campanyes en format d'espots publicitaris de Costa Daurada durant les retransmissions d'OK Lliga TV. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 27.25 punts.

- C.** Capacitat d'atraure públic assistent. (Màxim 2 punts):): D'acord amb les dades presentades pel licitador, l'aforament del Palau d'Esports és de 2.200 persones

i es calcula que unes 35.000 persones passaran pel Palau d'Esports al llarg del curs 2025/26. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat C: 2 punts.

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): el licitador detalla que l'equip tindrà participació en competicions a Madrid, La Corunya (Galícia) i Alcoi (València) a nivell nacional i Portugal, Alemanya i França a nivell internacional. **Puntuació obtinguda: 2 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 2 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): El licitador exposa que els primers equips i el seu espai d'activitat esportiva participen en mesures de sostenibilitat ambiental. El pavelló utilitza plaques solars per proveir-se d'energia, es promou la venda d'entrades en línia per reduir l'ús de paper, i es disposa de contenidors de reciclatge a les graderies per fomentar la consciència ambiental entre els assistents.

Pel que fa a les mesures socials, el primer equip participa activament en accions socials com la visita anual a l'Hospital Sant Joan de Reus per Reis, col·laboracions amb l'equip 'Genuine' de persones amb capacitats especials, i amb la fundació 'Som Heura' per sensibilitzar sobre el càncer. També dona suport a l'associació 'Amics Joan Petit' per a la recerca del càncer infantil i participa en activitats del 'Correllengua' per promoure la cultura i el teixit social local. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1.5 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 32.75 PUNTS

TENNIS TAULA GANXETS REUS: LOT 13, LOT 14, LOT 15

Presenten la mateixa proposta tècnica pels lots 13, 14 i 15.

- A. Grau d'alineació amb les modalitats esportives considerades estratègiques per la marca "Costa Daurada" i/o "Terres de l'Ebre" (**Màxim 4 punts**).

La proposta s'emmarca dins la disciplina de **hoquei sobre patins**, no considerada una de les modalitats esportives prioritàries a la Costa Daurada. A més, aquesta disciplina no es posiciona entre les 15 disciplines amb més esportistes federats segons l'Anuario de Estadísticas Deportivas 2023 publicat pel Ministeri de Cultura i Esport, i per aquest motiu, la puntuació obtinguda és 0. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat A: 0 punts

- B. Difusió de la marca. (Màxim 36 punts). Les accions inclouen:
- Punt 1. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en el recorregut, recinte o instal·lacions esportives (**Màxim 6 punts**): La proposta inclou la col·locació dels logotips de 'Costa Daurada' i 'Diputació de Tarragona' a la zona central de la paret davant de la pista central, visibles el 100% del temps durant les retransmissions. També es vinilitzaran 10 tanques

perimetrals de la zona de competició i 6 tanques delimitadores del recorregut dins del recinte esportiu. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 4 punts** .

- Punt 2. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en l'equipament o altre material (**Màxim 6 punts**): La proposta inclou la col·locació dels logotips de Costa Daurada i Diputació de Tarragona a la part superior del tronc de la samarreta de les jugadores i del personal tècnic. També s'incorporarà al cotxe oficial del club per a difusió durant els desplaçaments. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 5 punts.**
- Punt 3. Ubicació/incorporació de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en zones estratègiques de comunicació (sala de premsa, zona d'inscripcions i acreditacions, pòdium, zona de lliurament de premis, etc.) (**Màxim 2 punts**): S'incorporarà el logotip de la marca a la sala de premsa a tir de càmera, al fotocall de l'equip i al rètol de la sala principal de les instal·lacions. S'adjunten imatges amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1,25 punts.**
- Punt 4. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" durant la competició mitjançant la menció de la marca com a patrocinador oficial en actes institucionals, presentacions, entrega de premis, notes de premsa, etc. (**Màxim 1 punt**): Durant l'entrega de premis d'esdeveniments del club es farà menció expressa de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial. **Puntuació obtinguda: 0,25 punts.**
- Punt 5. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" en els perfils de les xarxes socials del club (**Màxim 2 punts**): La marca Costa Daurada apareixerà en els perfils oficials de l'equip d'Instagram i X, amb menció expressa de la marca Costa Daurada com a patrocinador oficial, i amb un abast total de 4.300 seguidors aprox. **Puntuació obtinguda: 1.25 punt.**
- Punt 6. Difusió de la marca "Costa Daurada i/o "Terres de l'Ebre" a la pàgina web del club, a les seves *newsletters* o comunicacions, blogs, apps, etc (**Màxim 2 punts**): S'inclourà el logotip de Costa Daurada a la part inferior de la pàgina web del club amb enllaç a la web oficial de la marca. S'adjunta una imatge amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 7. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cartellera i material promocional díptics, tríptics, flyers, entrades de les competicions, etc.) (**Màxim 1 punt**): S'inclourà el logotip de Costa Daurada en tríptics (50 unitats) i comunicacions del club, així com en un roll-up instal·lat al club. S'adjunten imatges de referència amb la ubicació prevista de la marca i les proporcions corresponents. **Puntuació obtinguda: 0.25 punts.**
- Punt 8. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans televisius tant en cobertura directa (retransmissions en directe o en diferit) com en cobertura indirecta (informatius o programes d'actualitat) (**Màxim 5 punts**): Es preveu que la marca aparegui

en notícies i retransmissions a Canal Reus, TeleDeporte, La Xarxa, TAC12 i TV3 que està previst que cobreixin les competicions del club. **Puntuació obtinguda: 3.5 punts.**

- Punt 9. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la retransmissió de les competicions en mitjans online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en els diferents plans de càmera o en la menció de la destinació Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre) (**Màxim 1 punt**): Es preveuen retransmissions en directe a través del perfils oficials de l'equip a YouTube (11 retransmissions) i per Ettu.tv, la plataforma de streaming oficial de la European Table Tennis Union- (10 retransmissions). **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 10. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en retransmissions radiofòniques (**Màxim 3 punts**): La marca serà mencionada en notícies esportives a La Nova Ràdio, Ràdio Ciutat de Tarragona i Catalunya Ràdio. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 11. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions per part de la premsa escrita en suports impresos (Màxim 3 punts): es preveuen aparicions als diaris Diari de Tarragona, Diari Més, Sport, L'Esportiu, El Día de Córdoba, Diario AS, entre altres. **Puntuació obtinguda: 1.5 punts.**
- Punt 12. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en la cobertura de les competicions en mitjans online (**Màxim 1 punt**): la marca Costa Daurada apareixerà en notícies publicades als portals La marca apareixerà en notícies i reportatges a mitjans com RFETM, FCTT, Reus Digital, Diari de Tarragona, Sport.es, Marca, entre d'altres. **Puntuació obtinguda: 1 punt.**
- Punt 13. Difusió de la marca Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre en accions de publicitat pagada (**Màxim 3 punts**): el licitador no proposa cap acció en aquest apartat. Per aquest motiu es puntua amb 0 punts. **Puntuació obtinguda: 0 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'apartat B: 21.5 punts.

- C. Capacitat d'atraure públic assistent. (**Màxim 2 punts**): D'acord amb les dades presentades pel licitador, l'assistència total estimada per temporada és de 400 persones als partits com a local. Pel que fa als desplaçaments, es preveu un públic acumulat d'entre 800 i 1.000 persones als camps rivals al llarg de la temporada. En relació amb els partits corresponents a la Champions i a l'Europe Cup, s'estima una assistència aproximada de 800 espectadors, distribuïts en funció de les rondes i les seues de cada enfrontament dins del territori espanyol. En el cas de partits internacionals fora de l'Estat, l'afluència de públic dependrà del país amfitrió; en llocs amb gran tradició en tennis taula, com França o Alemanya, es podrien superar fàcilment els 1.000 assistents per partit. **Puntuació obtinguda: 0.75 punts.**

Puntuació total obtinguda en apartat C: 0,75 punts.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE 689FD38A35EB410B8D38184EA07964C2 i data d'emissió 08/08/2025 a les 08:53:34

- D. Capacitat de difondre la marca fora de la província (**Màxim 5 punts**): el licitador detalla que l'equip tindrà participació en Lliga Espanyola Iberdrola (20 jornades), en la qual participen un total d'11 equips en tot el territori espanyol (Catalunya, Andalusia, Castilla Lleó, Navarra, País Basc).

En àmbit internacional, durant la temporada 2025-26, es disputaran la Champions League i l'Europe Cup amb la participació de 16 equips europeus a cada competició. Les fases de grup es jugaran principalment a territori espanyol, mentre que les fases eliminatòries es disputaran a doble partit, amb un en territori espanyol i l'altre probablement a l'estranger. França i Alemanya. **Puntuació obtinguda: 1.25 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat D: 1.25 punts.

- E. Criteris mediambientals i socials. (**Màxim 2 punts**): El licitador exposa que el club aplica diverses mesures mediambientals com la instal·lació d'il·luminació LED per millorar l'eficiència energètica i la publicació d'activitats a xarxes socials. També promou el reciclatge amb papereres per fraccions, disposa d'una font d'aigua per reduir l'ús de plàstic i fomenta l'ús de carmanyoles i botelles reutilitzables entre els seus membres.

Pel que fa a les mesures socials, el club manté convenis amb entitats socials de Reus i la província de Tarragona, com l'Associació Parkinson Reus i Baix Camp, l'associació Dr. Tosquelles i l'Associació DOWN. Aquestes col·laboracions inclouen entrenaments i tornejos adaptats per als membres d'aquestes entitats. **Puntuació obtinguda: 1.25 punts.**

Puntuació total obtinguda en l'Apartat E: 1,25 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ: 24,75 PUNTS

El resum de les puntuacions obtingudes és:

	LOT 1	LOT 2	LOT 3	LOT 4	LOT 5	LOT 6	LOT 7	LOT 8	LOT 9	LOT 10	LOT 11	LOT 12	LOT 13	LOT 14	LOT 15
Import licitació (sense IVA)	80.000€	70.000€	65.000€	60.000€	60.000€	60.000€	50.000€	40.000€	30.000€	25.000€	20.000€	175.000€	100.000€	65.000€	60.000€
PENYA CICLISTA BAIX EBRE (TE)														NO ES VALORA	NO ES VALORA
AGENCIA DE PUBLICITAT INTERNACIONAL CATALANA, SLU (trial)	32	31,50	26,15												
CHALLENGE SPAIN EVENTS S.L (triatló)	30	30	30												
CLUB BASQUET SALOU												32	32	31,50	29,50
CLUB BASQUET TARRAGONA															28,75
CLUB DE FUTBOL REDDIS												33,25	33,25		
CLUB GIMNASTIC TARRAGONA (futbol)				NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA						
CLUB GIMNASTIC TARRAGONA (Ritmica)				NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA				22	22	22
GIMNASTIC TARRAGONA SAD	29	29	29				29					33,75			
CLUB TENNIS REUS MONTEROLS								25		25					
CLUB VOLEIBOL SANT PERE I SANT PAU												20,75	20,75	19,25	17,50
FEDERACIO CATALANA DE BASQUETBOL				26,5	26,5	26,5									
FEDERACIO CATALANA DE TENIS TAULA				28,5	28,5	28,5	28,5		28,5						
FEDERACIO ESPANOLA DE TENIS DE MESA	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5				
GRUP EXCURSIONISTA TRAILGAT	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA	NO ES VALORA					
JOAN CARBONELL	38,5	38,5	38,5	38	38	38	38	38	38	38	38				
REAL FEDERACION ESPANOLA DE ATLETISMO	12,85	12,85	12,85	12,85	12,85	12,85	12,85								
REAL FEDERACION ESPANOLA DE KARATE Y DA									8,25						
REUS DEPORTIU													32,75	32,75	32,75
RPM RACING, S.L.U (cicló)	29	29	28	26	26	26	25,5	25,5							
RUNNING SOLUTIONS S.L							24,5	24,5	24,5	24,5	24,5				
TELECYL, SA (pàdel)	29,50	29,50	29,50	29,50	29,50	29,50									
TENNIS TAULA_GANXETS_REUS								25	25	25	25		24,75	24,75	24,75
DEPORTE INTERNACIONAL (cicló TE)	27,5														

No assoleixen la puntuació mínima de conformitat amb l'apartat 8 de la memòria justificativa els licitadors següents :

Gimnàstic de Tarragona: lots 13, 14 i 15

Club Voleibol Sant Pere i Sant Pau: lots 12, 13, 14 i 15

Real Federación Española de Tennis de Mesa: lots 1 a 11

Real Federación Española de Atletismo: lots de l'1 al 7

Real Federación Española de Karate: lot 9