



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE CREACIÓ DE CONTINGUTS, GESTIÓ DELS PERFILS DE TURISME A LES XARXES SOCIALS I CREACIÓ DE CONTINGUTS PEL BLOG DE LA WEB DE TURISME DE L'AJUNTAMENT DE CALELLA.

Expedient núm. 7060/2025

01. INTRODUCCIÓ

Calella és una de les destinacions turístiques pioneres en el turisme vacacional a Catalunya que rep, any rere any, prop de 500.000 turistes que suposa un total aproximat de 2M de pernотacions a la ciutat. Des de fa uns anys, Calella ha estat una de les destinacions més implicades en el procés de transició digital en la gestió del turisme i atent als processos d'innovació que es produeixen en el sector turístic.

Des de l'any 2012 l'Ajuntament de Calella ha tingut una presència notòria en diverses xarxes socials amb l'objectiu de posicionar la marca de Calella com destinació turística atenent a criteris de segmentació i construcció d'un relat que vol projectar i consolidar una imatge potent de la ciutat amb capacitat de seducció davant dels turistes que es plantegen on passar les seves vacances.

La trajectòria i feina feta per posicionar Calella com una destinació turística de referència cap als usuaris que segueixen els perfils a Facebook, X, Instagram i Youtube ha estat notable assolint unes mètriques que posen de manifest el bon comportament a l'hora de gestionar l'Storytelling del destí. Sens dubte, son cada vegada més els ciutadans d'arreu del món que fan arribar els seus comentaris, *likes* i preguntes sobre l'oferta de Calella a través de les xarxes socials dels perfils de turisme.

Malgrat els anys que han passat, és un fet que l'impacte de la pandèmia covid19 ha dibuixat un escenari turístic més volàtil, complex i ambigu que ha propiciat més encara el caràcter d'*oficialitat* que molts dels turistes atorguen als canals de comunicació de les destinacions turístiques, centrats principalment en les xarxes socials així com les seves webs.

Altrament, cal fer constar que els diferents canvis en els algorismes que les plataformes de les xarxes socials apliquen a les publicacions que les marques i usuaris penen en els seus perfils, mostren una necessitat de garantir una estabilitat en el ritme de publicacions, gestions i dinamització dels perfils.

L'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella vol contribuir a captar i fidelitzar els usuaris que interactuen amb la destinació, així com vetllar per un contacte constant, directe i àgil amb les persones que estiguin interessades en Calella, en qualsevol de les fases del seu viatge:

1. **Inspiració (somiant):** incidint en la capacitat de seducció de la destinació vers el turista.
2. **Planificació:** donant suport a la visibilitat dels recursos turístics de Calella.
3. **Reserva:** facilitant la informació relativa a la indústria turística.
4. **Experimentació (viure el viatge):** donant suport i amplificant l'excel·lència del turista a Calella.
5. **Compartir (opinió i recomanació):** fomentant el paper del turista com a ambaixador de Calella.

L'usuari és el focus de l'estratègia digital que cal aplicar en la gestió de les xarxes socials a fi i efecte de seguir contribuint en la conversió del turista com a prescriptor de la destinació.

Les xarxes socials de l'Àrea de Turisme, així com la seva web, han d'esdevenir una finestra a la ciutat que permeti mostrar l'àmplia gamma d'oferta de serveis de la destinació amb la voluntat de mostrar en temps real (*sempre que sigui possible*) tot allò que passa a Calella durant l'any amb l'objectiu de potenciar la desestacionalització del turisme a la destinació.



L'objectiu és poder mantenir una presència constant a xarxes socials, a través de la publicació regular de contingut audiovisual (gràfic i redaccional) per donar a conèixer la ciutat i els seus recursos turístics.

Ahora, el to del discurs a emprar en la comunicació del que passa a Calella cap als seus *followers* ha de seguir la línia recollida en el manual de d'identitat corporativa de la marca de marca "Calella et dona vida" contribuint així amb una nova forma de comunicar:

- Més autèntica.
- Més dinàmica.
- Més personal.

Aquesta proposta de contractació dona cobertura al compliment de les accions que es deriven de l'execució del Pla de Sostenibilitat Turística de Calella finançat amb càrrec als Fons Next Generation:

Eix 3 Transició Digital

Acció: Sistema d'Intel·ligència Turística

Subactuació: Pla d'accions DTI Segittur

Àmbit Governança

Eix 4 Competitivitat

Acció: Pla de Màrqueting de Turisme Sostenible de Calella.

ACC37 – Foment del contingut generat per usuaris (UGC) per reforçar l'autenticitat digital de Calella.

ACC32 – Creació d'una nova marca turística de Calella amb relat emocional i identitat gràfica

02. OBJECTE DEL CONTRACTE

Els perfils de les xarxes socials de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella a gestionar son els següents:

Perfil	Idiomes	Usuari
Instagram	Cat, es, en, fr	https://www.instagram.com/calellabcn/
Facebook	Cat, es, en, fr	https://www.facebook.com/calella.barcelona/
X	Cat, es, en	https://x.com/calellabcn
YouTube	Cat, es, en, fr, al, rus	https://www.youtube.com/user/calellabarcelona1
Web Turisme	Cat, es, en, fr, al, rus	https://www.calellabarcelona.com/

L'objecte de la present licitació consisteix en l'adjudicació, mitjançant procediment obert, de la contractació del **servei de creació de continguts, gestió dels perfils de turisme a les xarxes socials i creació de continguts pel blog de la web de turisme de l'Ajuntament de Calella**, sempre en coordinació i alineament amb l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.

Principals xarxes a gestionar:

- Facebook
- Instagram
- X (antic Twitter)
- Youtube



Els serveis objecte del contracte son:

- 1) **Potenciació i dinamització dels perfils socials de turisme de l'Ajuntament de Calella** i campanyes de promoció a les xarxes socials orgàniques i de pagament, tot respectant i controlant el pressupost anual establert per l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella per a campanyes Social ADS (Xarxes Socials),
- 2) **Monitorització, anàlisi i seguiment dels impactes** obtinguts als diversos perfils a les xarxes socials de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.
- 3) **Mantenir uns canals de comunicació àgils i oberts** i garantir l'atenció al visitant, al ciutadà i a les empreses i serveis turístics del territori, via xarxes socials durant els 365 dies de l'any.
- 4) **Incrementar el tràfic de visites** al web www.calellabarcelona.com provinent de les xarxes socials i augmentar la captació de leads per a la ampliació de la base de dades integrada al CRM de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella amb l'objectiu de fidelitzar els clients potencials de la destinació.
- 5) **Ampliar l'oferta de contingut d'interès a la web** www.calellabarcelona.com mitjançant la creació de l'apartat "blog" amb l'objectiu d'incorporar idees i propostes per dur a terme a Calella durant tot l'any.
- 6) **Incrementar el feed back i l'engagement** amb els usuaris per augmentar la viralitat dels continguts.
- 7) **Fomentar la creació d'una xarxa de col·laboració i comunicació interna amb els empresaris, ajuntaments i associacions del sector turístic, principalment l'Associació Turística de Calella (ATC)** i l'associació de Comerciants, Calella Comerç i empresa, incorporant sempre a les nostres publicacions mencions i etiquetes dels referenciats per donar una imatge d'unitat i, alhora, aconseguir que el sector turístic faci ús dels nostres # i al mateix temps ens mencioni.

03. ESPECIFICACIONS TÈCNIQUES DEL SERVEI

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de generar tots els continguts audiovisuals i els textos necessaris per a promocionar la destinació a través dels perfils de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella a les xarxes socials i a través del blog turístic.

Aquests continguts hauran de ser originals i fets a mida per a cadascun dels canals definits (xarxes socials i blog de turisme) i hauran de reflectir la temporalitat i estacionalitat durant la qual es publiquin no poden en cap cas utilitzar material antic o que no sigui actual.

Els continguts hauran de ser inspiradors, visuals i atractius amb l'objectiu de contribuir a l'acompanyament dels usuaris seguidors de les xarxes socials de l'Àrea de Turisme durant les fases del cicle del viatge: inspiració, planificació, reserva, experiència i post viatge.

3.1 SERVEI DE CREACIÓ DE CONTINGUTS, GESTIÓ DELS PERFILS DE TURISME A LES XARXES SOCIALS

L'empresa adjudicatària haurà de dur a terme les següents tasques:

- **Gestió de xarxes socials de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella (Facebook, X, Instagram i Youtube)**



a) Oferir el servei d'atenció a xarxes socials 365 dies l'any

L'empresa haurà de realitzar la gestió i manteniment dels perfils existents a les xarxes socials de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella per un període anual i donar resposta a les preguntes i comentaris dels seguidors i turistes amb un màxim de 3 hores. Es podran derivar les consultes, si s'escau, al personal tècnic de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.

b) Elaboració d'un Pla Anual de Gestió de Continguts que reculli

- Anàlisi prèvia i objectius del pla.
- Tipologia i calendarització dels continguts.
- Estratègia de creixement i engagement.
- Proposta de pressupost de publicitat per a campanyes orgàniques i de pagament.
- Mètriques i anàlisi de resultats (mensual).
- Pla de gestió de crisis i **reputació online**.

c) Elaboració i execució del calendari de continguts mensual a publicar

El calendari ha de tenir en compte els diferents segells i continguts que l'Àrea de Turisme de Calella desitgi destacar segons el moment: esdeveniments, cultura, patrimoni, Turisme esportiu i golf, Turisme Familiar, mar, platges i activitats associades, benestar i salut, gastronomia, sense oblidar la sostenibilitat i la inclusió com elements transversals i tenint en compte el **relat indicat a la introducció** d'aquest plec. Caldrà presentar la proposta de calendari editorial en el termini de set (7) dies hàbils a comptar des de la data d'inici de vigència del contracte per l'empresa adjudicatària i serà validada per l'Àrea de Turisme.

Així mateix el calendari s'haurà d'actualitzar periòdicament, tal i com indica aquest punt i recollirà possibles necessitats d'accions amb proposta de cost adjudicables d'acord amb el pressupost que l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella estimi per a la realització de campanyes social ADS (xarxes socials) amb periodicitat anual. En cap cas la proposta de pressupost proposada pel contractista podrà ser superior a la quantia prevista per l'Ajuntament.

El calendari inclourà com a mínim:

- Proposta de continguts a treballar per cada mes de l'any.
- Proposta de freqüència de publicacions per setmana.
- Proposta de continguts audiovisuals a produir.
- Proposta de continguts per segments / públics / esdeveniments i/o temes d'interès.

Perfils de xarxes socials i publicacions necessàries:

Facebook

- Publicació d'un mínim de cinc (5) publicacions setmanals al *feed* (fotografies o carrusels).
- Publicació d'un mínim de set (7) *stories* setmanals.
- El contingut podrà ser compartit amb el perfil d'Instagram, sempre que s'adapti al format i al públic objectiu de cada plataforma.

X

- Publicació d'un mínim de cinc (5) tuits setmanals, que podran incloure text, imatges, vídeos o enllaços.



- Interacció amb altres perfils rellevants del sector turístic, institucions, mitjans i usuaris, per fomentar la visibilitat i la conversa sobre la destinació.
- Compartició de continguts publicats a altres xarxes (Facebook, Instagram) sempre que sigui pertinent i adaptat al format i llenguatge propi de la plataforma.
- Seguiment i resposta a mencions, comentaris i missatges directes en un termini raonable, per mantenir una comunicació activa amb la comunitat.

Instagram

- Publicació d'un mínim de cinc (5) publicacions setmanals al *feed* (fotografies o carrusels).
- Publicació d'un mínim de set (7) *stories* setmanals.
- Publicació d'un mínim de tres (3) *reels* setmanals.
- Curació i reutilització de contingut generat pels usuaris (*user generated content*), especialment fotografies i vídeos del destí, combinat amb contingut original creat per l'empresa adjudicatària.

YouTube

- Publicació d'un mínim d'un (1) vídeo mensual, amb una durada i estil adequats als objectius de comunicació i promoció turística.
- Els vídeos podran incloure continguts de promoció del destí, entrevistes, reportatges d'activitats o esdeveniments, experiències locals o continguts temàtics vinculats al turisme sostenible i intel·ligent.
- Optimització dels vídeos (títols, descripcions, etiquetes i miniatures) per millorar-ne el posicionament i l'abast.
- Difusió creuada dels vídeos a altres plataformes (Facebook, Instagram, web de turisme, butlletins digitals, etc.).
- Possibilitat d'elaborar peces curtes derivades dels vídeos principals per adaptar-les a formats *reel* o *shorts* a les altres xarxes.

d) Generació i publicació de continguts

L'empresa ha de generar el contingut a publicar en base a la **proposta** de calendari de continguts mensuals que es vagi aprovant periòdicament. Així mateix, haurà de dissenyar totes les creativitats necessàries per a les publicacions, stories, concursos, anuncis, sorteigs, premis, entre altres.

e) Esdeveniments en directe

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de fer el seguiment en directe d'una mitjana de 4 actes i /o esdeveniments mensuals, fins a un màxim de 48 anuals, per recollir informació i material gràfic que serà compartit en directe a les xarxes.

Per a aquests serveis s'avisarà amb una antelació de com a mínim 48h i requerirà estar present en els esdeveniments un màxim de 2h.

f) Accessibilitat

Les publicacions han de contenir el text alternatiu per a persones amb problemes de visió, sempre que sigui possible.

g) Interacció amb els usuaris (influencers, altres entitats de promoció turística, bloggers, entre d'altres)



L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de dur a terme les tasques següents en relació a la gestió del contacte amb influencers:

- Identificació, selecció i presentació de propostes que puguin ser interessants per a l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella Turisme segons criteris quantitatius i qualitatius.
- Col·laboració en la creació d'activitats de col·laboració amb els diferents influencers.
- Seguiment de les propostes de col·laboració i acompanyament de les accions si s'escau.
- Generació de base de dades.

h) Actualització de les dades d'identificació dels perfils a les xarxes socials

Actualització de les dades de contacte, la imatge de les capçaleres i altres continguts necessaris dels diferents perfils socials, adequant-los a les campanyes de promoció i l'època de l'any.

i) Accions de promoció i publicitat

Conceptualització, disseny, realització i execució d'accions de publicitat i promoció com ara concursos, sorteigs, concursos, entre d'altres, planificant la calendarització, durada, definició de públics i l'abast, publicitat, anàlisi de resultats i propostes de millora. Es realitzaran un mínim de 5 accions anuals d'interacció amb els usuaris a les xarxes socials, tot respectant i controlant el pressupost anual establert per l'Ajuntament de Calella per a les campanyes de social ADS (xarxes socials).

j) Producció audiovisual

Produir i publicar els reels anuals amb nou material audiovisual necessari per alimentar els continguts als diferents perfils a les xarxes socials.

L'empresa haurà de fer arribar tots els continguts generats a l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella (en format .mp4, .mpeg-4, .mov o .avi) en dues versions, una versió amb el disseny creatiu i l'altre amb les imatges netes sense disseny. Els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat de l'Ajuntament de Calella. Els costos de desplaçament seran a compte de l'empresa que licita.

• Gestió de la publicitat de pagament a les xarxes socials

- Planificació de les campanyes i grups de segmentació amb l'equip de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella. L'empresa adjudicatària haurà de contractar la publicitat a xarxes socials, dissenyar i produir el contingut a promocionar per a les campanyes que es decideixin dur a terme conjuntament amb l'Ajuntament amb un mínim de 4 campanyes anuals, sempre d'acord amb el pressupost anual destinat per l'Ajuntament de Calella per a la realització de les campanyes de Social ADS a les xarxes socials.
- Disseny de la imatge en els diferents formats segons l'estil de cada campanya i seguint les línies editorials de l'Ajuntament de Calella.
- Posada en marxa i seguiment de les campanyes.
- Anàlisi de les campanyes justificat amb els informes pertinents de costos i resultats.



- **Monitorització dels continguts publicats sobre #calellabcnlovers #calellabcn i altres hashtags de campanyes de Calella**

- Seguiment dels continguts sobre la destinació publicats a les diferents xarxes socials, blogs i mitjans online.
- Utilització d'eines de monitorització de les etiquetes #calellabcnlovers #calellabcn i altres etiquetes específiques d'esdeveniments i campanyes de l'Ajuntament de Calella.
- Detecció dels usuaris més influents, dels temes més populars i conflictius i detecció dels continguts més destacats a cada xarxa social i mitjans online.

- **Monitorització i anàlisi dels perfils socials**

L'empresa haurà d'incloure en els informes de mètriques mensuals i anuals els principals indicadors de cada perfil (número de seguidors, creixement, engagement...) així com l'anàlisi de l'abast i impacte de les accions publicitàries de les campanyes realitzades i proposar les accions que estimi oportú per a la millora dels resultats a obtenir.

- **Seguiment i interacció**

El contractista haurà de fer un seguiment dels hashtags #calellabcnlovers #calellabcn. A més, en campanyes concretes de l'Àrea de Turisme, es crearan *hashtags* específics els quals també caldrà monitoritzar i fer-ne el seguiment oportú.

En moments puntuals que es valori necessari, l'empresa adjudicatària haurà de participar activament per explicar en persona les accions en la dinamització de les xarxes socials de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella i també en aquells espais de reunions de treball i jornades que organitzi la corporació.

- **Idiomes**

L'empresa adjudicatària ha de poder generar tots els continguts i donar resposta a les peticions dels usuaris en quatre idiomes: català, castellà, anglès i francès.

La revisió gramàtica i orto tipogràfica de tots els textos generats i l'edició acurada i veraç de la informació publicada estarà sota la responsabilitat de l'empresa adjudicatària.

3.2 CREACIÓ DE CONTINGUTS PEL BLOG DE LA WEB DE TURISME

L'empresa adjudicatària serà l'encarregada de fer crear els continguts redaccionals, audiovisuals i gràfics necessaris per al nou el blog turístic del web www.calellabarcelona.com.

Com a mínim caldrà crear 2 entrades mensual al blog.



04. REUNIONS I INFORMES A LLIURAR

Reunions amb l'equip de l'Àrea de Turisme

Es realitzarà, com a mínim, una reunió mensual telemàtica o presencial amb l'Àrea de Turisme per analitzar com evolucionen els diferents perfils i tractar els temes més importants, entre ells el calendari de continguts mensuals i possibles necessitats imputables al pressupost anual amb l'objectiu de maximitzar el rendiment de la despesa en publicitat relativa a les campanyes Social ADS (Xarxes Socials). Així mateix, hi haurà una comunicació fluida amb l'equip tècnic de l'Àrea de Turisme via correu electrònic, telèfon i/o WhatsApp sempre que s'escaigui.

Informes de seguiment

A l'inici de l'any, l'empresa adjudicatària presentarà un d'un **Pla Anual de Gestió de Continguts** amb objectius, línia editorial, estratègia de creixement, publicitat orgànica i pagada, criteris d'accessibilitat, KPIs anuals i estratègia de gestió de crisi sempre mitjançant instància i fent esment del número d'expedient del projecte.

Altrament, l'empresa adjudicatària entregará un **Informe Mensual de Seguiment** amb les mètriques de totes les xarxes socials per analitzar les accions realitzades i el seu impacte, que haurà d'incloure indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social així com els resultats i propostes de millora:

- Nombre de publicacions.
- Stories i reels publicats.
- Seguidors i seguidors guanyats.
- Engagement i nombre de vegades que el municipi ha aparegut a les xarxes.
- Altres indicadors que puguin ser requerits pel personal tècnic de l'Àrea de Turisme.
- Despeses imputables al pressupost anual per la Campanya Social ADS (Xarxes Socials).

Aquest informe es presentarà durant la primera setmana de mes, en referència als resultats del mes anterior i serà registrat mitjançant instància adreçada a l'Àrea de Turisme indicant el número d'expedient del projecte.

A la finalització de l'any, l'empresa adjudicatària lliurarà un **Informe Anual de Valoració** amb els indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social, així com els resultats i propostes de millora sempre mitjançant instància i fent esment del número d'expedient del projecte.

- **Lliurables**

L'empresa adjudicatària haurà de presentar de manera obligatòria els següents lliurables, d'acord amb les prestacions definides en aquest plec:

Mitjà: instància indicant el número d'expedient d'aquesta licitació i el seu concepte, *servei de creació de continguts, gestió dels perfils de turisme a les xarxes socials creació de continguts pel blog de de la web de turisme de l'Ajuntament de Calella.*

Formats: seran sempre, segons procedeixi:

- Pdf.



- Format de presentació per poder incloure a presentacions per part de l'Ajuntament de Calella.
- Csv o equivalent, en brut, per poder treballar les dades i incorporar-les al Sistema d'Intel·ligència Turística de l'Ajuntament de Calella.

Terminis: els que s'indiquen a cada lliurable.

DOCUMENTACIÓ A LLIURAR

1. Pla Anual de Gestió de Continguts

Anualment, a l'inici (entre l'1 i el 15 de gener) l'empresa adjudicatària presentarà **Pla Anual de Gestió de Continguts** amb objectius, línia editorial, estratègia de creixement, publicitat orgànica i de pagament, criteris d'accessibilitat, KPIs anuals i estratègia de gestió de crisi.

2. Informe Mensual de Seguiment

Informes mensuals d'execució (durant la primera setmana de cada mes amb resultats del mes anterior):

- Publicacions per xarxa
- Stories / reels / vídeosEvolució de seguidors
- Engagement
- Abast
- Rendiment de publicitat (si n'hi ha)
- Seguiment de hashtags
- Propostes de millora

3. Informe Anual de Valoració

A la finalització de l'any (entre el 15 i el 31 de desembre) l'empresa adjudicatària lliurarà un informe anual de valoració amb els indicadors i mètriques que permetin un anàlisi i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social, així com els resultats obtinguts i propostes de millora.

4. Altres lliurables

Informes puntuals quan ho requereixi l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.

5. Producció audiovisual

L'empresa haurà de fer arribar tots els continguts generats a l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella (en format .mp4, .mpeg-4, .mov o .avi) en dues versions, una versió amb el disseny creatiu i l'altre amb les imatges netes sense disseny.

05. DEDICACIÓ I COORDINACIÓ

La persona o persones que prestin el servei objecte del contracte hauran de dedicar un mínim de 20h setmanals (caps de setmana i festius inclosos) desglossades en les següents tasques:

- Assistència a la reunió setmanal de coordinació amb l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella 1h/setmana.
- Creació de contingut audiovisual original: 8h/setmana.



- Actualització de continguts, monitoratge, resposta a comentaris i dinamització dels perfils: 7h/setmana.
- Creació de posts per al blog turístic: 1h/setmana.
- Cobriment d'esdeveniments en directe: 2h/setmana.
- Seguiment de resultats, anàlisi i elaboració d'informes: 1h/setmana.

En el supòsit que l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella decideixi prescindir d'altun dels perfils actuals a les xarxes socials, cadrà redistribuir el total d'hores de dedicació en els perfils i xarxes restants o bé en la creació de nou contingut pel blog de turisme.

La feina es desenvoluparà en l'àmbit privat del prestador del servei en un horari flexible, prioritzant la disponibilitat per a possibles incidències o temes a tractar amb l'Àrea de Turisme de 18h a 15h.

La resposta als usuaris que demanin informació o plantegin peticions i/o comentaris a través de les diferents xarxes, ha de fer-se en un termini màxim de 3h, sempre que tinguin lloc entre les 9h i les 21h.

Fora d'aquest horari, es respondran entre les 9h i les 11h de l'endemà.

El prestador del servei treballarà en coordinació, contacte directe i permanent amb l'Àrea de Turisme designant un professional que serà el referent i interlocutor amb l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.

En casos d'urgència i emergència, aquest professional haurà d'estar disponible en un marge de temps no superior als 60 minuts des del seu requeriment per part de l'Àrea de Turisme de l'Ajuntament de Calella.

06. PROPIETAT INTEL·LECTUAL I CONFIDENCIALITAT

Tots els continguts digitals elaborats per l'empresa adjudicatària com a conseqüència de l'execució del contracte seran propietat de l'Ajuntament de Calella, qui podrà reproduir-los, publicar-los i divulgar-los, total o parcialment, sense que s'hi pugui oposar l'adjudicatari.

La part adjudicatària renunciarà expressament a qualsevol dret que li pogués correspondre, sobre els treballs realitzats, com a conseqüència de l'execució del contracte i no podrà fer cap ús o divulgació, bé sigui de forma total o parcial, directa o extractada, original o reproduïda, sense autorització expressa de l'Ajuntament de Calella.

A Calella, en data i hora que figuren a la signatura electrònica.

Ferran Muñoz Porrino

Cap de l'Àrea de Turisme i Smart City
Ajuntament de Calella