



**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIX EL CONTRACTE PRIVAT
MITJANÇANT PROCEDIMENT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT I SENSE
CONSULTA PER UN DRET D'EXCLUSIVA, DE PATROCINI DELS
ESDEVENIMENTS QUE ES CELEBRARÀ AMB MOTIU DE "LOS40 MUSIC
AWARDS"**

1. Antecedents

L'Agència Catalana de Turisme (ACT, en endavant) realitza accions de promoció, comercialització, publicitat i màrqueting de Catalunya com a destinació turística tant a Catalunya i Espanya, com a l'estranger a través del seu pla d'accions.

Catalunya s'ha consolidat en els darrers anys com una seu de referència per a l'organització de grans esdeveniments internacionals, culturals, esportius i professionals, que han contribuït a reforçar la seva projecció global, atraure visitants i generar un important impacte econòmic i mediàtic.

A més, el 2026 és un any especialment rellevant per al posicionament de Catalunya com a destinació cultural, per la coincidència de diferents efemèrides i esdeveniments de primer nivell vinculats a figures i àmbits clau de la cultura catalana:

- Any Gaudí (100 anys de la seva mort) amb una commemoració de les seves obres i la visita del papa Lleó XVI per beneir la Torre de Jesucrist, un esdeveniment d'abast i repercussió internacional.
- Barcelona serà enguany la capital mundial de l'arquitectura i n'acollirà el congrés mundial.
- Any d'Ildefons Cerdà amb motiu del 150è aniversari del seu Pla de Reforma i Eixample.
- Any Pau Casals (es commemora el 150è aniversari del seu naixement) per posar en valor el seu ampli llegat musical i humanístic des d'una perspectiva contemporània.
- Cerimònia dels Premis Goya a Barcelona a Barcelona el mes de febrer.
- Eclipsi solar del 12 d'agost de 2026.

Per aquest motiu, l'ACT, aquest any celebra l'any del turisme cultural amb la intenció de posicionar la marca Catalunya a partir de tot aquest conjunt de grans esdeveniments. Durant l'any, està desplegant un pla d'accions de promoció del turisme cultural tant a nivell nacional com internacional, per tal d'impactar en un perfil de turista interessat per la cultura i pel qual la seva motivació de viatge moltes vegades està relacionada amb la celebració de grans esdeveniments culturals i és per això que escullen visitar una destinació.

L'objectiu principal de la campanya de promoció del turisme cultural és consolidar Catalunya com una destinació de referència en turisme cultural que atregui a un públic amb interès real per la cultura i que aportí valor. L'espot de campanya que es llançarà a finals de juny, aposta clarament per donar el missatge que la cultura catalana és una barreja entre tradició i avantguarda, i posa l'accent en el talent català en totes les disciplines culturals, amb especial atenció a la música contemporània.

En aquest context, l'acollida de LOS40 Music Awards Santander 2026 a Barcelona com un dels moments culturals rellevants de l'any reforça aquest posicionament, associant Catalunya a un dels esdeveniments musicals més rellevants del món hispanoparlant, amb una àmplia difusió nacional i internacional.



LOS40 Music Awards és un esdeveniment de gran projecció mediàtica que, a diferència dels grans festivals musicals, combina el reconeixement als artistes amb activitats complementàries vinculades al sector musical. El seu format més exclusiu i la capacitat d'atraure artistes de referència contribueixen a reforçar el posicionament i la visibilitat de la destinació.

L'estratègia "(+) Catalunya, millor turisme", impulsada per l'Agència Catalana de Turisme i el Govern de la Generalitat de Catalunya, reforça l'impuls per apostar per aquest tipus d'esdeveniments que permeten continuar projectant la destinació a nous públics i afavorir, en el futur, l'atracció de noves inversions, visitants i esdeveniments d'alt valor afegit.

Afavoreix la participació ciutadana i la connexió amb el resident mitjançant activitats obertes i formats híbrids, contribuint a posicionar Catalunya com a referent cultural internacional. En aquest context, la música es configura com un element estratègic de comunicació cultural, amb una elevada capacitat d'atracció global i generació d'impacte emocional, especialment entre públics joves i digitals, clau per al futur posicionament de la destinació.

Les accions plantejades per LOS40 Music Awards Santander 2026 són d'una rellevància important per al públic objectiu designat. LOS40 Music Awards Santander 2026 és el referent en la promoció del turisme i la cultura d'Espanya i tenen abast internacional. Milions de persones s'interessen per aquest esdeveniment tant de manera offline com online.

L'esdeveniment se celebra al mes de novembre (Q4), contribuint directament a desestacionalitzar la demanda turística, generar pernотacions en temporada mitjana-baixa i incrementar l'activitat econòmica en sectors vinculats (allotjament, restauració, transport, serveis). Per tot això, considerem treballar amb aquesta entitat per a la promoció de Catalunya com a seu d'esdeveniments musicals de renom, a través de la realització de diferents activitats que es detallaran més endavant. L'entitat té el prestigi suficient per a treballar en pro de la innovació cultural i el talent musical fent de Catalunya l'epicentre de la música en la contemporaneïtat.

Així mateix, es pretén amb aquestes activitats de promoció i comunicació incrementar el prestigi de Catalunya com a destí de turisme cultural i seu de celebració de grans esdeveniments musicals.

És per això, que la celebració de LOS40 Music Awards Santander 2026 a Barcelona durant el mes de novembre suscita un interès creixent, tant entre la indústria musical com entre el públic en general, per la seva mirada internacional i pel seu arrelament entre el públic jove i adult es converteix en un esdeveniment de rellevància per als objectius anteriorment citats.

Es tracta d'un esdeveniment que aconsegueix cada any major notorietat i impacte mediàtic i, per tant, el seu conseqüent retorn publicitari.

Les dades d'edicions anteriors acrediten aquest impacte: La celebració de l'edició 2024 a Barcelona va acreditar un retorn tangible per a la ciutat i per al conjunt de Catalunya. Segons l'estudi de PricewaterhouseCoopers (PwC) elaborat amb motiu de l'esdeveniment, l'impacte en el PIB de Catalunya es va situar en 2,99 milions d'euros, la despesa directa dels assistents en 1,8 milions d'euros, l'impacte total en el PIB va superar els 4 milions d'euros i es van generar més de 100 llocs de treball equivalents a temps complet.

Des del punt de vista mediàtic, l'esdeveniment va generar més de 5.400 milions d'impressions d'audiència a l'edició de Barcelona 2024 i a l'edició Balears 2025: va generar un valor publicitari equivalent de 13 milions d'euros i 17 milions de visualitzacions en xarxes socials.

Així mateix, segons l'estudi de PricewaterhouseCoopers (PwC), la mètrica principal és el volum d'impactes d'audiència, que representa el nombre de vegades que la marca Catalunya pot ser potencialment visualitzada o escoltada pels diferents públics a través dels canals de difusió. En el cas analitzat, es disposa d'un volum total de 5.458.167.743 impactes, distribuïts entre premsa (7.835.000), televisió (6.087.000), internet (5.399.198.627) i xarxes socials (45.047.116), la qual cosa evidencia que el principal pes recau en l'ecosistema digital, especialment rellevant per a l'impacte internacional i la viralització dels continguts. A aquesta anàlisi global s'hi pot afegir la desagregació específica segons suports durant la gala, on destaquen les mencions (2.860.031.870 impactes), el photocall (1.218.056.763 impactes) i la presència en cartelleria o visuals (260.698.842 impactes), permetent així identificar quins formats generen un major retorn i optimitzar futures accions.

Tot això, tal com defineix la LCSP, en connexió amb l'objectiu d'estabilitat pressupostària i control de la despesa, una eficient utilització dels fons destinats a la prestació de serveis mitjançant l'exigència de la definició prèvia de les necessitats a satisfer, la salvaguarda de la lliure competència i la selecció de l'oferta econòmicament més avantatjosa.

2. Objecte del contracte

L'objecte d'aquesta contractació és fixar les condicions tècniques particulars que la contractació del patrocini publicitari dels esdeveniments vinculats a la celebració de LOS40 Music Awards Santander 2026, per publicitar les marques Catalunya i Generalitat de Catalunya i les campanyes institucionals i d'activitats de *"Sent la nostra cultura, Viu Catalunya"*.

Aquest patrocini es configura com una forma de publicitat de caràcter indirecte, denominat "retorn publicitari".

L'empresa contractista que és convidada és SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SLU amb NIF B28016970, per a realitzar les accions detallades al següent apartat, a través de la marca LOS 40 PRINCIPALES, el qual recolza que els serveis objecte de contractació del present patrocini només poden ser proporcionats per aquesta empresa en concret i per tant, existeixen raons objectives que justifiquen l'impediment per a promoure la concurrència efectiva.

Per tant, és evident que el contractista proposat com a adjudicatari és l'únic possible atès que posseeix els drets de propietat intel·lectual en exclusiva per a la celebració de les accions detallades sota la marca LOS 40 PRINCIPALES.

3. Obligacions de l'empresa contractista

El contractista quedarà obligat a executar i lliurar a l'ACT els serveis contractats en els terminis previstos. Els treballs realitzats en qualsevol de les seves fases seran propietat de l'ACT i, per tant, podrà recaptar al contractista en qualsevol moment els



lliuraments de part de les prestacions, sempre que sigui compatible amb el programa de treball o planificació d'activitats i no afecti el correcte desenvolupament d'aquestes.

L'empresa adjudicatària complirà amb les següents obligacions vinculades a l'execució del contracte, en tot cas revesteixen la consideració de crítiques:

- El licitador es compromet a l'organització i realització del patrocini de la gala LOS40 MUSIC AWARDS Santander a Barcelona, durant l'últim trimestre del 2026. Així mateix a realitzar totes les activacions previstes en el present plec en el marc de la gala LOS40 MUSIC AWARDS per obtenir la repercussió mediàtica esperada per a cada una de les marques de destinació. Concretament, l'emissió de la Gala en mitjans audiovisuals d'abast nacional a territori espanyol.
- És responsabilitat de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN SLU:
 - L'adjudicatari es compromet a l'organització i realització de l'esdeveniment la Gala de LOS40 MUSIC AWARDS així com de les accions/actuacions necessàries per obtenir la repercussió mediàtica esperada per a cada una de les marques de destinació. Concretament, l'emissió de la Gala en mitjans audiovisuals d'abast nacional a territori espanyol.
 - La contractació del recinte, i la tramitació i obtenció dels permisos que, si és el cas, anessin necessaris per a la correcta i completa execució de la gala LOS40 MUSIC AWARDS, assegurant les condicions adequades de salubritat i seguretat per als assistents a l'esdeveniment eximint a l'ACT de qualsevol tipus de responsabilitat que es derivi de tal incompliment.
 - Subscriure les pòlisses d'assegurances de responsabilitat civil necessàries, segons la normativa vigent en aquesta mena d'activitats, que cobreixin els possibles danys i/o perjudicis que podrien produir-se i, en conseqüència, aquesta exonera a l'ACT de qualsevol responsabilitat sobre aquest tema.
 - Serà obligació del contractista indemnitzar tots els danys i perjudicis que es causin a tercers a conseqüència de les actuacions que requereixin l'execució del contracte.
 - Assegurar les condicions adequades de salubritat i seguretat per als
 - assistents a les accions que estan programades.
 - Córrer amb les despeses i honoraris per dur a terme totes les accions que conformen l'esdeveniment especialment: viatges, transport, allotjament, servei d'àpats i entre d'altre que demandin o precisin els desplaçats per participar o desenvolupar a l'esdeveniment a excepció dels convidats per part de l'ACT.
- El contractista assumirà totes les despeses derivades de l'organització i desenvolupament dels esdeveniments i activitats complementàries d'aquest, eximint a l'ACT de qualsevol tipus de responsabilitat que es derivi de tal incompliment, així com a l'abonament de tots els costos directes i indirectes necessaris per al bon desenvolupament de l'esdeveniment i la seva difusió internacional.
- El contractista oferirà a l'ACT, en el marc de les esmentades activitats, les contraprestacions següents encaminades a afavorir i promoure les marques Catalunya i Agència Catalana de Turisme en les activitats detallades a continuació i que s'han d'haver dut a terme durant els mesos previs a la gala



per tal de millorar la promoció de l'esdeveniment i crear una gran expectativa amb relació a la Gala de Los 40 Music Awards Santander 2026:

1- Inserció de les marques Catalunya i Generalitat de Catalunya, entre altres mitjans, en:

- La publicitat i promoció que es realitzi amb relació a l'esdeveniment
- Material publicitari o promocional per l'esdeveniment.
- Publicacions oficials, comunicats de premsa, presentacions.
- Recinte de les diferents accions/concerts que es duguin a terme.
- Campanya de publicitat a diversos mitjans i suports de comunicació per la promoció de l'esdeveniment i de les accions complementàries.

Les principals accions on hi haurà presència de marca són, entre d'altres:

- Secret shows – 3 concerts a espais icònics, un dels quals fora de Barcelona.
- Fanzone LOS40 Music Awards
- Jornades PROxBIME
- Welcome Party
- Alfombra Roja, Preshow & Gala LOS10 Music Awards

També apareixerà la marca a altres accions com:

- Roda de premsa de presentació de l'esdeveniment
- Concurs de dissenyadors de gràfics
- Còctel de nominats
- *Show case*
- *Pre-show making off* de la promoció a youtube

Es preveu que, com a mínim, un d'aquests actes previs a la gala es realitzarà en localitzacions de Catalunya que no siguin la ciutat de Barcelona.

2- Projecció de l'espot de campanya de l'any del turisme "*Sent la nostra cultura, Viu Catalunya*" i del de "*Catalunya, la millor cuina del món*" en els diferents esdeveniments que s'organitzin, com a mínim en 2 actes principals i 1 secundari.

3- Lliurament a l'ACT de com a mínim un 5% d'**invitacions** per a la gala de lliurament de premis Los 40 Music Awards Santander 2026, així com per les accions promocionals que es duguin a terme, segons aforaments i restriccions en vigor en el moment de la seva execució.

4- Participació de **representants de l'ACT** en els actes que precedeixin la celebració de la gala, i intervencions on s'escaigui, com a mínim en 2 actes principals i 1 secundari.

5- **Mencions al territori** de Catalunya per part del mestre de cerimònies durant els actes que se celebrin.

6- Cobertura de l'esdeveniment a les **xarxes socials** de LOS40 Music Awards, amb menció al territori de Catalunya i a les xarxes de l'ACT.

7- Esment, en diferents tipus de comunicació de l'esdeveniment (xxss, roda de premsa, etc), a l'**ACT com a patrocinadors** d'aquesta acció.



8- Difusió i recolzament comunicatiu de tres accions que l'ACT organitzi (com per exemple, trips d'influencers) en el marc dels esdeveniments vinculats a la celebració de Los 40 Music Awards Santander 2026 i per aprofitar el seu ressò mediàtic.

9- Cessió del material gràfic, fotogràfic i audiovisual presentat a les justificacions, que l'ACT podrà emprar per a la seva difusió i ús en activitats estratègiques (publicitat, promoció, màrqueting), no comercials.

En cas que se suspengui alguna de les actuacions programades el licitador haurà d'anunciar-lo fefaentment el mateix dia o l'endemà, comunicant els motius d'aquesta, i quedant sota la potestat de l'ACT sobre la base de les circumstàncies que haguessin obligat a la suspensió, reduir la part proporcional del patrocini.

4. Termini d'execució del contracte

La durada del contracte serà des del dia de la seva formalització fins a 31 de desembre de 2026.

4. Requisits d'aplicació de les marques

Respecte la marca Catalunya, caldrà fer ús de les indicacions d'aplicació de logotips i de convivència de marques de la [Normativa gràfica d'identificació visual de l'Agència Catalana de Turisme](#).

Pel que fa al logotip de la Generalitat de Catalunya, s'haurà de seguir les instruccions següents: <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/identitat-visual/>

Si sorgeix qualsevol dubte, contactar amb la unitat de Marques de l'ACT.

Prèvia a la publicació del material gràfic/emissió del material audiovisual, es supervisarà per part de la unitat de marques de l'ACT, la ubicació de les marques/logotips i els esborranys de disseny, donant la conformitat. Per aquest motiu, s'haurà de lliurar com a mínim amb 5 dies naturals d'antelació a la data prevista de publicació, per sol·licitar la conformitat.

5. Seguiment del contracte

La persona responsable del contracte és en Damià Serrano, Director de l'Àrea de Màrqueting Conscient de l'ACT, al qual li corresponen les funcions de seguiment i supervisió de l'execució de l'objecte del contracte, així com del compliment de les prestacions de publicitat a la finalització del contracte.

La persona responsable del contracte validarà totes i cadascuna de les aplicacions on aparegui el logotip de l'ACT i de la marca Catalunya. Per aquest motiu, serà requisit l'aprovació prèvia de tots els materials abans de realitzar la seva producció per part d'aquesta unitat de l'ACT.

6. Informe de resultats

L'empresa contractista haurà de presentar una memòria justificativa que acrediti el compliment de les contraprestacions publicitàries acordades, incloent-hi:



Una vegada finalitzat l'esdeveniment, l'empresa contractista haurà de presentar una memòria justificativa que acrediti el compliment de les contraprestacions publicitàries acordades, incloent-hi:

- Informació sobre el desenvolupament efectiu de l'activitat patrocinada amb programació definitiva de totes les activitats.
- L'anàlisi detallat de l'impacte i la repercussió mediàtica de les accions patrocinades, amb el corresponent pla de comunicació, el clipping de mitjans (amb evidències de la presència de la marca), les dades d'audiència assolida, l'abast de l'esdeveniment tant per la repercussió nacional com internacional, així com per la seva retransmissió en línia, el resum de les notes de premsa emeses, i un balanç complet que quantifiqui la repercussió obtinguda. Així mateix, cal incorporar un informe específic del retorn de la inversió (ROI) en termes publicitaris, que inclogui la correcta utilització de la imatge de l'ACT, la valoració econòmica de la presència de marca en qualsevol format (audiovisual, gràfic, escrit o digital), tot comparant la inversió publicitària realitzada pel patrocinador amb el valor estimat de la visibilitat obtinguda.
- Detall de la informació relativa a les assistències: nombre de personalitats i celebritats rellevants de la gastronomia nacional i internacional que participin en les accions previstes i en la Gala de LOS40 MUSIC AWARDS i el nombre d'assistents a les accions realitzades.
- Recull fotogràfic de cada acció realitzada. Serà imprescindible el consentiment per a la utilització dels drets d'imatge i la cessió de les gravacions de l'esdeveniment una vegada realitzat, perquè l'ACT pugui usar-les amb tots els drets per al seu material promocional del destí.
- Informe del retorn de la inversió en termes publicitaris, on haurà de constar com a mínim, el clipping de la correcta utilització de la imatge de l'ACT i la seva valoració econòmica, amb detall de la fórmula utilitzada i justificació, tenint en compte la inversió publicitària realitzada per el patrocinador i la inversió obtinguda per la presència de la marca publicitada, ja sigui en format audiovisual, gràfic, escrit o per interacció en qualsevol suport, mitjà o format publicitari.

Conclusions: Es requereix en aquest apartat una breu referència a la importància d'aquest patrocini en l'esdeveniment/s així com la seva repercussió. A més, s'inclourà qualsevol altra informació que es consideri d'interès i que justifiqui aquest patrocini. Sempre que sigui possible es valorarà positivament un quadre resum dels impactes generats.

La memòria justificativa inclourà únicament aquells documents, certificats i materials que facin referència al patrocini en qüestió i la presència de la nostra marca. A més, tots els documents, certificats i materials esmentats en la memòria justificativa que no es presentin de manera gràfica en el document hauran de lliurar-se en un suport digital degudament referenciat.

El valor econòmic de la repercussió mediàtica del patrocini ha de ser igual o superior a la quantitat atorgada per l'ACT. Aquesta valoració es farà sobre el preu del contracte, impostos no inclosos.

Aquesta memòria serà necessària per a l'avaluació de la rendibilitat del contracte i constituirà un requisit per a la seva liquidació.

El termini màxim per a presentar la memòria és a la finalització del contracte.