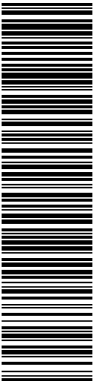


DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 1 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57

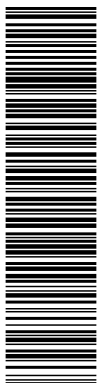


Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD8E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificador/documents/index.jsp?codigo_entidad=6



Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de tour operadors del Patronat de Turisme Costa Brava Girona; la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació, subjecte a regulació harmonitzada

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 2 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD8E5A1813B1EDF511590C226831E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



1. ANTECEDENTS

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA (en endavant PTCBG) té com a objectius promocionar les marques Costa Brava i Pirineu de Girona en els principals mercats emissors i donar suport a tot l'empresariat i a les institucions del nostre territori en l'estructuració i el recolzament a la promoció i comercialització dels productes i serveis turístics. També, vetlla per la millora de la competitivitat constant i pel desenvolupament sostenible de l'activitat turística. El PTCBG s'ha fixat per a aquests últims anys continuar apostant per la innovació en les formes i els continguts de les seves accions promocionals, tant *offline* com *online*, per poder arribar a segments de mercat més específics, i en les diferents fases dels processos del viatge dels turistes a la nostra destinació.

En PTCBG elabora cada any un Pla d'accions i objectius (PAO) treballat i consensuat amb el sector turístic gironí, tant públic com privat, mitjançant els seus òrgans de govern, les taules de treball, els comitès executius i les assemblees dels diferents clubs de màrqueting del PTCBG.

El PTCBG promou un model turístic madur i responsable que implementa estratègies de revitalització, diversificació i diferenciació, i que aposta per la sostenibilitat, la qualitat, la competitivitat i la innovació en la indústria turística, a mitjà i llarg termini. L'estratègia de mitjans ha de ser flexible per a poder adaptar-se als canvis conjunturals d'un entorn cada vegada més complex, volàtil, incert i ambigu. Així mateix, s'haurà d'adaptar al pla estratègic del PTCBG i de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona 2026-2029.

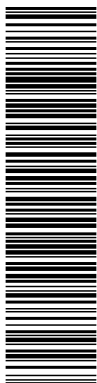
2. OBJECTE

L'objecte d'aquest plec és la contractació d'una agència de mitjans per a dissenyar i executar una estratègia i pla de mitjans pel PTCBG. L'agència publicitària durà a terme els serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció d'espais publicitaris, continguts i/o accions especials en els mitjans de comunicació i en els mitjans propis d'operadors turístics, així com el posterior anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries, amb l'objectiu de promocionar i divulgar les marques turístiques Costa Brava i Pirineu de Girona i la seva oferta turística.

La licitació es divideix en 3 lots, segons el mercat objectiu a qui està dirigit i la tipologia de mitjans:

- **Lot 1.** Serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans del PTCBG, la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries en el mercat estatal i català.
- **Lot 2.** Serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans PTCBG, la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries en mercats internacionals.
- **Lot 3.** Serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans/suports propis d'operadors turístics estratègics del PTCBG, la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris/suports, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries en mercats nacionals i internacionals (en endavant co-màrqueting amb operadors turístics).

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 3 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



Les empreses licitadores es podran presentar i adjudicar tots els lots.

S'entén en tot cas que els requisits exigits en aquest plec tenen la consideració de mínims o bàsics, per a poder ajustar-se als objectius de qualitat pretesos pel PTCBG. L'empresa adjudicatària podrà millorar aquestes condicions en la seva oferta, tenint en compte que tot l'ofert com a millora serà d'obligat compliment.

2.1 Definició d'objectius

El PTCBG defineix els següents objectius en relació a l'estratègia i pla de mitjans:

- Comunicar, difondre i potenciar la Costa Brava i el Pirineu de Girona i la seva oferta turística en aquells mercats o zones territorials, que s'han establert com a prioritaris, en el PAO del PTCBG.
- Atreure, generar interès, desig i fer una crida a l'acció, sobre els públics objectius, incrementant la seva motivació d'escollir Costa Brava i Pirineu de Girona, així com els seus productes, per a realitzar les seves properes vacances o viatges.
- Posicionar les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, com a marques complementàries en els principals mercats i zones territorials prioritaries definits pel PAO.
- Donar a conèixer els 3 productes estratègics de la destinació com a oferta complementària i desestacionalitzadora: cultura, enogastronomia, natura i turisme actiu.
- Posar en valor la resta de productes segmentats: turisme premium, turisme de salut i benestar, turisme esportiu, turisme de golf, Ruta del Vi DO Empordà i turisme de negocis.
- Posicionar la destinació com a destinació de turisme familiar i turisme sènior.
- Transmetre de forma transversal la sostenibilitat i la inclusivitat com a valors de la destinació.

3. EXCLUSIONS

Queden exclosos de dit contracte:

- Servei de disseny, arts finals, així com altres elements de creativitat de la publicitat que es tracti.

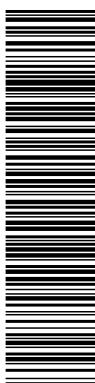
4. SERVEIS OBJECTE DEL CONTRACTE

L'abast del present plec de prescripcions tècniques, pels lots 1, 2 i 3 inclou les següents tasques:

4.1. Assessorament estratègic

L'empresa adjudicatària assessorarà al PTCBG en el disseny de l'estratègia de mitjans basat en l'anàlisi dels públics objectius i els seus comportaments davant els

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 4 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57 ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



mitjans/suports i l'entorn del mercat publicitari, i el seu moment dins del funnel de màrqueting.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar aquells estudis i anàlisis que siguin necessaris per a prendre decisions estratègiques i tàctiques, incloses en el procés de planificació i compra dels espais publicitaris, sobre:

- El mercat i el sector: competència, tendències actuals i futures, etc
- Els mitjans i suports: nous actors, nous formats i tecnologies, comparatives d'eficiència i rendibilitat, etc
- Els públics objectius: definició del/s públics objectius, encaix envers els productes de la destinació, etc

4.2. Creació del pla de mitjans anual pel Patronat.

Per poder realitzar el pla de mitjans de cada lot, el PTCBG elaborarà un briefing genèric per cadascun d'ells, tenint en compte l'assessorament previ realitzat per part de l'empresa adjudicatària i els aprenentatges assolits. En aquest briefings es detallaran els objectius a assolir, els mercats estratègic i els públic objectius a impactar. Dins de cada lot es distribuirà segons campanyes específiques.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar un pla de mitjans per a cada un dels lots i les seves respectives campanyes corresponent acompanyat de tots els aspectes tàctics i del mix de mitjans, assessorant en tot moment sobre la inversió més òptima per a assolir els objectius de cadascuna de les campanyes. Aquest pla de mitjans haurà de recollir la durada, distribució de les insercions, formats, cobertura i KPIs de mesura, en base al mix de mitjans proposat, i haurà de ser presentat per l'adjudicatari en el termini d'un mes i mig a partir de l'entrada en vigor del contracte en el primer any, i el mes de desembre per la resta d'anys de duració del contracte.

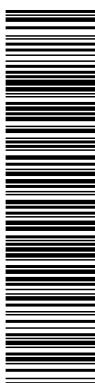
Fruit de la conjuntura turística i econòmica global, aquest pla haurà de ser flexible per tal de poder adaptar les campanyes a les necessitats del moment. Cal tenir en compte que poden aparèixer necessitats no previstes que no estiguin contemplades en el briefing presentat pel PTCBG. En aquest cas, el PTCBG presentarà a l'empresa adjudicatària un nou briefing on s'indicarà el pressupost assignat.

El pla s'haurà de justificar mitjançant criteris qualitatius i quantitatius, així com mitjançant dades d'abastament estimades (audiència, cobertura i altres mètriques).

Orientativament, els mitjans i canals objecte d'aquest contracte pels lots 1 i 2 són:

- Publicacions en les seves edicions impreses i/o digitals: S'inclouen tant els mitjans generalistes, com els especialitzats en turisme. Es valoraran formats especials com a contingut o encartaments.
- Mitjans digitals: S'inclou display als principals buscadors i d'altres xarxes i suports, amb formats que van des dels banners als brand days, i amb aplicació de tecnologia programàtica i remarketing; SEM segons algorismes IA; vídeo ads; social ads; mobile ads; publicitat nativa; email marketing; branded content; paid social; digital ambassadors; accions ad-hoc, ... per complir amb els diferents objectius establerts: awareness, consideració, captació de leads, recurrència...

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 5 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57 ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



- Agències de viatges on-line (OTA's): Es contempla la possibilitat d'utilitzar també les OTAs com a canal de comunicació publicitari amb la inserció de *banners*, branded content, etc. que ens ajudaran a augmentar la nostra visibilitat i la nostra conversió.
- Publicitat exterior: S'inclouen autobusos, circuits d'opis i mupis, campanyes a taxis, metro, FGC, tren, circuits de cartells,... amb formats convencionals i/o audiovisuals.
- Campanyes de televisió i ràdio: Es contemplen formats convencionals (spots) o falques, però també mencions, branded content, co-branded o desenvolupaments ad-hoc.
- Altres accions especials: Accions de transmèdia, innovació en mitjans, propostes que proveniuen de l'empresa adjudicatària i d'altres suggerides pel PTCBG en relació a les noves oportunitats que apareguin al mercat.

Pel lot 3 són:

- Operadors turístics: Accions de col·laboració promocional amb operadors. Promoció a web, xarxes socials, màrqueting directe, e-mail màrqueting, publicacions, etc.

Aquests llistat anterior no són tancats ni definitius.

4.3. Negociació de tarifes i descomptes

L'empresa adjudicatària haurà de negociar els espais publicitaris, tant convencionals com especials, i d'inserció amb els representants dels suports seleccionats per les diferents campanyes consensuades amb el PTCBG.

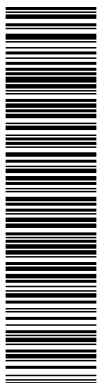
L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia dels preus de mercat. A l' oferta s'haurà de fer constar sempre la tarifa bruta o base del mitjà, la nova tarifa negociada per l'empresa licitant, l'import de la comissió de l'agència i l'import final (que haurà de sumar la tarifa negociada més comissió de l'agència).

El descompte mínim s'aplica sobre tots els formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el servei d'agència.

Excepcionalment, el PTCBG es reserva el dret de negociar directament una tarifa i un descompte amb un mitjà, que es justifiqui arrel d'una necessitat concreta de comunicació, així com per la contractació de supòsits en què sigui precís l'ús de mitjans molt especialitzats i específics. En aquest cas l'empresa adjudicatària realitzarà totes les gestions posteriors a la negociació i per tant, tindrà dret a percebre del PTCBG el càrrec d'agència especificat en l'oferta econòmica sobre l'import que resulti d'aquest acord excepcional.

4.4. Contractació dels espais publicitaris i tramitació de les creativitats

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 6 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD8E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



L'empresa adjudicatària reservarà i contractarà els espais proposats als plans de cada campanya. També tramitarà les insercions publicitàries, l'assessorament en el disseny de formats d'anuncis i es responsabilitzarà de definir i comunicar les especificacions tècniques de les creativitats, dels calendaris d'entrega i de l'enviament de les mateixes entre el tècnic de publicitat del PTCBG i cada mitjà/suport.

4.5. Seguiment de les campanyes

L'empresa adjudicatària haurà de fer el seguiment durant el funcionament de la campanya, en temps real, per tal de controlar la correcta inserció i desenvolupament de cada campanya i la seva alineació amb els objectius marcats. Aquesta haurà de generar els codis i el seguiment pel trackeig, que permeti la inclusió de les dades que en derivin a l'anàlisi de resultats.

L'empresa adjudicatària haurà de disposar d'un visualitzador (dashboard) on s'aniran penjant els resultats de les campanyes per a totes les plataformes al finalitzar cada mes. L'empresa adjudicatària proposarà mesures correctores en cas de detectar desviacions. En aquest cas, l'empresa adjudicatària haurà d'especificar i justificar quins KPIs/indicadors utilitzarà per tal de determinar la desviació o la correcta evolució de la campanya, segons s'escaigui.

4.6. Tancament de campanya i anàlisi de resultats

L'empresa adjudicatària, en finalitzar l'any natural, haurà d'aportar una memòria de tancament per lot amb el desglossament de cada campanya realitzada durant tot l'any i la valoració final dels resultats, aprenentatges i propostes de millora.

Durant l'any es realitzaran de forma periòdica reunions de seguiment i de treball entre l'empresa adjudicatària i el personal responsable del PTCBG. Hi haurà reunions setmanals de seguiment de les xarxes socials i bimensuals de posicionament web.

5. EQUIP HUMÀ REQUERIT

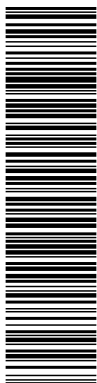
En quant a l'equip mínim de treball per a l'execució del present contracte en tots els lots, haurà d'estar format, com a mínim, per:

- Cap de projecte (director/a de comptes). Haurà de disposar d'un mínim de 5 anys d'experiència, dominar les estratègies online i offline i aportar solucions en les diferents especialitats digitals: branding, performance, social media i analítics.
- Un executiu /va de comptes i coordinador/a global de la campanya. Haurà de disposar d'un mínim de 5 anys d'experiència treballant en una agència de mitjans i dominar els canals online i offline, i tenir certa sensibilitat envers el turisme.

Aquests dos perfils no poden ser assignats a la mateixa persona.

L'empresa adjudicatària haurà de disposar, durant tota l'execució del contracte, del personal necessari per desenvolupar l'objecte contractual, el qual ha d'acomplir amb les especificitats tècniques establertes en aquest plec.

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 7 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD8E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://s4.dgii.cat/verificador/document/index.jsp?codigo_entidad=6



El PTCBG podrà requerir a l'empresa adjudicatària, en qualsevol moment de l'execució del contracte, perquè acrediti els requisits establerts en aquest apartat.

El Cap de projecte serà el responsable i l'interlocutor davant del PTCBG. Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa adjudicatària i el PTCBG de forma que, entre d'altres coses, serà l'encarregada de gestionar totes les peticions de serveis demanats, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs i la supervisió i organització de les mateixes.

Els canvis de les persones adscrites a l'equip de treball hauran de ser comunicats immediatament al PTCBG.

6. ESTIMACIÓ DEL VOLUM DE CONTRACTACIÓ

Cada any el PTCBG treballarà un brínging anual per cada lot segons el PAO que li correspongui, el PTCBG podrà crear conceptes creatius nous que esdevindran la nova campanya de publicitat, adaptant-la als diferents lots.

A continuació es s'exposa una estimació de les campanyes segons lots, que en cap cas es considerarà definitiva:

6.1 LOT 1. Mercat estatal i català

El PTCBG vol posicionar la destinació Costa Brava Pirineu de Girona com un referent turístic a nivell català i estatal en quan a marca i en la seva oferta singular d'experiències segmentades per productes. A la vegada vol posicionar les dues marques en la seva estratègia de segmentació per productes per desestacionalitzar la destinació, fomentant l'arribada de turistes durant tot l'any.

a) Objectius:

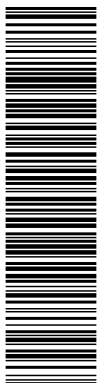
1. Donar a conèixer els valors de les dues marques Costa Brava i Pirineu de Girona.
2. Potenciar les dues marques turístiques de forma complementària.
3. Atraure als turistes afins a la nostra destinació, creant notorietat i diferenciació.
4. En el cas dels mercats de proximitat, com que ja ens coneixen, donar valor a la diversitat d'oferta turística.
5. Desestacionlitzar la demandada.

b) Campanyes:

Es preveuen dues campanyes diferenciades segons els objectius:

- **Campanya de marca: Costa Brava i Pirineu de Girona**

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 8 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD6E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



Aquesta campanya té com a objectiu posicionar i fidelitzar la marca Costa Brava i Pirineu de Girona com un referent turístic a nivell català i estatal, més enllà de la seva oferta de turisme de sol i platja i neu.

La campanya iniciada el passat 2026, Jo soc la Costa Brava i el Pirineu de Girona- Amb mi vius el doble, és la campanya actual que treballa amb el nou relat de marca, Costa Brava i Pirineu de Girona i de la seva complementarietat.

- **Campanya de fidelització: clubs de màrqueting**

Aquesta campanya té l'objectiu de desestacionalitzar l'oferta turística al llarg de l'any. Aquesta dona visibilitat a la varietat d'experiències turístiques de la destinació, segmentades pels diferents clubs de productes i que permeten gaudir de la destinació els 365 dies de l'any. El PTCBG actualment compta amb 9 clubs de producte: Enogastronomia, Ruta del Vi DO Empordà, Premium, Golf, Natura i Turisme Actiu, Turisme Esportiu, Turisme de Negocis, Cultura i Salut i Benestar.

La durada d'aquestes campanyes es preveu de gener a desembre. Pel que fa al mercat estatal es potenciarà les comunitats autònomes de Madrid, País Basc, Navarra, Comunitat Valenciana i Andalusia.

6.2 LOT 2. Mercat internacional

L'objectiu d'aquesta campanya és la de posicionar i donar a conèixer internacionalment les dues marques turístiques Costa Brava i Pirineu de Girona, i la campanya "Jo soc la Costa Brava i el Pirineu de Girona, Amb mi vius el doble".

a) Objectius:

1. Donar a conèixer els valors de les dues marques Costa Brava i Pirineu de Girona.
2. Posicionar les dues marques i la seva complementarietat.
3. Atraure als turistes afins a la nostra destinació, creant notorietat i diferenciació a través de la diversitat d'experiències turístiques

b) Campanyes:

Es preveuen dues campanyes diferenciades segons els mercats i objectius:

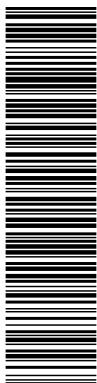
- **Campanya França**

Aquesta campanya té com objectiu generar pressió publicitària per promocionar els ponts i festius pels francesos tant a la Costa Brava com al Pirineu de Girona.

Objectius específics

- Generar notorietat en les marques Costa Brava i Pirineu de Girona
- Incidir en l'etapa d'inspiració del turista francès

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 9 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57 ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF51590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://s4.dgij.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



- Generar cerca en el web Costabrava.org

La campanya iniciada el 2026, "Jo soc la Costa Brava i el Pirineu de Girona, Amb mi vius el doble", és la campanya actual que treballa amb el relat de destinació, Costa Brava i Pirineu de Girona i de la seva complementaritat.

- **Campanya específica: clubs de màrqueting**

Micro campanyes segons necessitats i l'estratègia de cadascun dels clubs de producte.

La durada d'aquestes campanyes es preveu de gener a desembre.

- **Campanya altres mercats internacionals**

- **Campanya de posicionament de la marca Costa Brava i Pirineu de Girona**

La campanya té com a objectiu posicionar-nos i donar-nos a conèixer a nivell internacional, en els mercats estratègics, que poden variar segons fluctuació de mercat i demanda turística.

Els mercats internacionals prioritars vindran definits per cada PAO anual. No obstant, enguany els nostres mercats prioritars són: Regne Unit, Benelux, Alemanya, Irlanda i Països Nòrdics.

- **Campanya específica: clubs de màrqueting**

Micro campanyes segons necessitats i l'estratègia de cadascun dels clubs de producte

La durada i els imports destinats a aquesta campanya es definirà segons PAO i el mercat d'impacte.

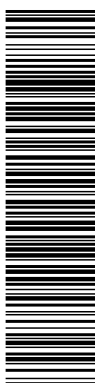
6.4 LOT 3. Operadors turístics dels mercats nacional i internacional

El PTCBG treballa de forma conjunta amb els principals operadors turístics nacionals i internacionals per a potenciar la presència de l'oferta turística de la destinació en els canals de venda dels operadors turístics així com per fomentar la venda de paquets turístics de la destinació. Així mateix, treballa per a potenciar una imatge de la destinació vinculada amb la diversitat d'experiències i paisatges i l'autenticitat.

a) Objectius:

1. Orientar la promoció envers a la temporada alta, però també, principalment, a les temporades intermèdies (abril, maig, setembre i octubre).
2. Promocionar la combinació perfecta de les dues marques turístiques: **Costa Brava i Pirineu de Girona**.
3. Promocionar l'àmbit real de la Costa Brava (de Blanes a Portbou).

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 10 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresident de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://s4.dgii.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



4. Arribar a públics objectiu: famílies, parelles i gent gran amb un nivell d'ingressos mitjà o mitjà-alt.
5. Revertir la imatge de la destinació com una destinació econòmica o de baix cost.
6. Promocionar productes complementaris més enllà del sol i platja: gastronomia i enoturisme, activitats a l'aire lliure, cultura, cicloturisme, etc.

b) Campanya:

- **Campanya de marca: Costa Brava i Pirineu de Girona**

Aquesta campanya té per objectiu reforçar el posicionament de les marques **Costa Brava i Pirineu de Girona** com una proposta turística complementària, diversa i de qualitat. La comunicació destacarà la riquesa paisatgística, cultural, gastronòmica i experiencial del conjunt de la destinació, promovent tant el litoral de la Costa Brava —de Blanes a Portbou— com els atractius de l'interior i de muntanya del Pirineu de Girona. La campanya incidirà especialment en la desestacionalització de la demanda, potenciant els períodes de temporada intermèdia (abril, maig, setembre i octubre), i contribuirà a consolidar una imatge de destinació de valor afegit dirigida a públics amb una capacitat de despesa mitjana i mitjana-alta.

- **Campanya específica: clubs de màrqueting**

Micro campanyes segons necessitats i l'estratègia de cadascun dels clubs de producte. La durada d'aquesta campanya es definirà segons PAO i el mercat d'impacte.

La durada d'aquestes campanyes es preveu de gener a desembre. Els mercats internacionals prioritaris vindran definits per cada PAO anual. No obstant, enguany els nostres mercats prioritaris són: Regne Unit i Irlanda, França, Benelux, Alemanya i Espanya.

7. COORDINACIÓ I SUPERVISIÓ

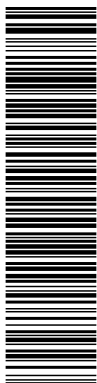
El responsable del contracte, que recaurà en el tècnic/a responsable de publicitat del departament de màrqueting del PTCBG, serà l'interlocutor entre l'empresa adjudicatària i el PTCBG per a les qüestions internes i de tràmit de gestió del contracte. A aquest li correspondrà també la coordinació, supervisió i fiscalització dels serveis objecte del contracte.

8. COMISSIÓ DE SEGUIMENT I VALIDACIÓ

L'empresa adjudicatària haurà de treballar sempre en representació del PTCBG, sota la seva supervisió i comptar amb el seu vistiplau.

La comunicació serà via correu electrònic, telèfon i atenció personal amb reunions fixades sempre que es consideri oportú per ambdues parts (empresa contractada i PTCBG).

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 11 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E5A1813B1EDF51590C226831E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



La periodicitat de les reunions vindrà determinada pel PTCBG, segons les necessitats del projecte.

9. OBLIGACIONS DELS ADJUDICATARIS

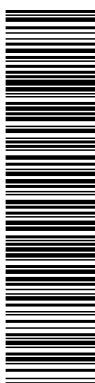
9.1 Obligacions generals

1. Assignar un equip tècnic humà suficient amb la dedicació necessària per tal de garantir el bon desenvolupament de l'objecte del contracte segons els requeriments tècnics establerts, i que haurà de disposar de l'experiència específica mínima requerida.
2. L'adjudicatari haurà d'estar disponible per a reunions internes amb el PTCBG en funció de les necessitats del projecte, així com amb els òrgans de govern del PTCBG, en cas de que li sigui requerit.
3. En cas de que sigui requerit pel PTCBG, l'adjudicatari s'encarregarà de realitzar les actes de les reunions amb la comissió de seguiment, que hauran de lliurar degudament signades pels responsables assistents. Caldrà lliurar tots aquests documents originals al PTCBG. El responsable del PTCBG podrà acceptar en la seva substitució un resum de les reunions, sense necessitat d'estar signades.
4. L'adjudicatari haurà de complir amb els terminis establerts en aquest plec, així com entregar el pla de mitjans per a cada un dels lots i les seves campanyes establert en el punt 4.2 d'aquest plec, la memòria de tancament establerta en el punt 4.6 d'aquest plec, així com tots els informes i documents requerits pel PTCBG.
5. L'adjudicatària es farà càrrec de les despeses ordinàries de desplaçament, manutenció, allotjament i resta de despeses derivades de l'execució del contracte, sigui quina sigui la destinació, tant si és nacional com internacional.
6. El contractista també està obligat a complir les normes vigents en matèria fiscal, laboral, de Seguretat Social i de seguretat i higiene en el treball, restant el PTCBG eximit de responsabilitat per qualsevol incompliment.
7. El termini màxim de pagament de l'adjudicatari a tercers derivats de l'execució d'aquest contracte, serà de 30 dies naturals un cop el PTCBG li hagi abonat la corresponent factura per la prestació del servei. El no compliment d'aquesta obligació pot esdevenir en una infracció greu del contracte, amb la corresponent imposició d'una multa econòmica.

9.2. Regles especials respecte del personal de l'empresa contractista

1. Correspon exclusivament a l'empresa contractista la selecció del personal que, acreditant l'experiència exigida en els plecs, formarà part de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte, sense perjudici de la verificació per part del PTCBG del compliment d'aquells requisits.
2. L'empresa contractista procurarà que existeixi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, en ordre a no alterar el bon funcionament del servei, informant en tot moment al PTCBG.
3. En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i continua, el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i el pagament dels salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en els casos de baixa o absència,

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 12 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD5E518191ED511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es deriven de la relació contractual entre empleat i ocupador.

4. El Cap de projecte, que haurà d'estar integrat en la pròpia plantilla de l'empresa licitadora, tindrà, entre les seves obligacions, les següents tasques:
 - Actuar com a interlocutor de l'empresa contractista davant el PTCBG, canalitzant, d'una banda, la comunicació entre aquella i el personal integrant de l'equip de treball adscrit al contracte i, d'una altra banda, del PTCBG, en tot el relatiu a les qüestions derivades de l'execució del contracte.
 - Distribuir el treball entre el personal encarregat de l'execució del contracte, i impartir a aquests treballadors les ordres i instruccions de treball que siguin necessàries en relació amb la prestació del servei contractat.
 - Supervisar el correcte compliment per part del personal integrant de l'equip de treball de les funcions que té encomanades, així com controlar l'assistència d'aquest personal al lloc de treball.
 - Organitzar el règim de vacances del personal adscrit a l'execució del contracte, havent de coordinar-se adequadament l'empresa contractista com el PTCBG, per no alterar el bon funcionament del servei.
 - Informar al PTCBG sobre les variacions, ocasionals o permanents, en la composició de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte.

10. PROPIETAT INTEL·LECTUAL I PROTECCIÓ DE DADES PERSONALS

10.1 Protecció de dades

En el tractament de dades personals el contracte es regirà pel Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades (Reglament general de protecció de dades) i per la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (LOPDGDD). El contractista quedarà obligat al seu compliment i a les seves normes de desenvolupament. Aquesta obligació té el caràcter d'obligació essencial d'acord amb la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic.

Les dades personals que s'obtinguin dels licitadors seran tractades pel PTCBG com a responsable del Tractament, en el sentit de l'article 4.7 del Reglament general de protecció de dades. La finalitat del tractament serà gestionar el procediment de contractació. Les dades personals del contractista es tractaran per la mateixa finalitat, seguiment del contracte i actuacions que se'n deriven. La legitimació del tractament es fonamentarà en el compliment de les relacions precontractuals i contractuals. Es publicaran dades del contractista d'acord amb la normativa de transparència i de contractes del sector públic. Per a l'exercici dels drets reconeguts al Reglament general de protecció de dades (accés a les dades, rectificació, supressió, sol·licitar-ne la portabilitat, o la limitació o oposició al tractament) els licitadors es podran adreçar en qualsevol moment al PTCBG.

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 13 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicepresidenta de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD8E5A1813B1EDF51590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6

Girona

Patronat de Turisme
Costa Brava Girona



Diputació de Girona



El contractista s'obliga al secret professional i haurà de respectar el caràcter confidencial de la informació d'accés restringit que coneixerà amb motiu de l'execució del contracte. Aquest deure es mantindrà també amb posterioritat a la finalització de la relació contractual.

Atès que per l'execució del contracte el contractista haurà de tractar dades personals per compte del PTCBG, d'acord amb la disposició addicional 25 apartat 2 de la *Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic* el contractista tindrà la consideració d'encarregat del tractament, en el sentit de l'article 4.8 del Reglament general de protecció de dades, assumint les obligacions establertes a l'article 28 del Reglament i a l'article 33 LOPDGDD. Seguirà de manera estricta les instruccions del PTCBG en relació al tractament de les dades, mesures de seguretat, atenció a l'exercici dels drets de les persones interessades, confidencialitat i resta d'obligacions previstes a l'esmentada normativa. El contractista, en qualitat d'encarregat del tractament, destinarà les dades exclusivament a la finalitat d'oferir el servei d'implementació i gestió d'un canal ètic o de denúncia pel PTCBG.

En el cas que es subcontractessin treballs propis de l'encàrrec de tractament, el subcontractista quedarà obligat només davant el contractista principal que assumirà, per tant, la total responsabilitat de l'execució del contracte davant el PTCBG, de conformitat estrictament amb els documents descriptius del contracte i als termes del contracte. El coneixement per part del PTCBG dels subcontractes celebrats o les autoritzacions a la subcontractació que atorgui, no alteraran la responsabilitat exclusiva del contractista principal.

Les obligacions del contractista com a encarregat del tractament tenen el caràcter d'obligació essencial d'acord amb la lletra f) de l'apartat 1 de l'article 211 de la *Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic*.

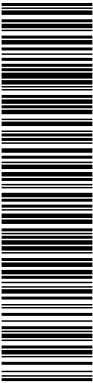
Atès que el tractament de dades per part del contractista, actuant en qualitat d'encarregat del tractament, s'efectuarà en servidors propis o contractats a l'efecte pel contractista, en compliment de l'article 122.2.e de la *Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic* en la presentació de l'oferta els licitadors informaran de si tenen previst subcontractar els servidors o els serveis associats a aquests servidors, així com el nom o el perfil empresarial, fent referència a les condicions de solvència professional o tècnica, dels subcontractistes. Així mateix, abans de la formalització del contracte el licitador presentarà una declaració responsable en la qual informará de la ubicació dels servidors i dels serveis que es prestaran associats a aquests servidors.

10.2 Propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs que es facin a l'empara d'aquest contracte pertany al PTCBG de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia. L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia. L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon únicament i exclusiva al PTCBG. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària haurà de cedir al PTCBG tota la documentació i/o material generat durant el desenvolupament de l'objecte del contracte.

Els drets que obtindrà el PTCBG no estaran limitats temporalment ni territorialment. Els podrà exercir en el sentit i amb tot l'abast indicat als articles 18 a 21 del vigent *Text refós*

DOCUMENT Plec de clàusules: Plec de clàusules Licitació del servei de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de comunicació i de mitjans propis de TTOO. Prescripcions tècniques	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: Patronat de Turisme Costa Brava Girona	
ALTRES DADES Codi per a validació: RRDH6-ZPK9T-8XQOZ Data d'emissió: 28 de Juliol de 2026 a les 14:07:55 Pàgina 14 de 14	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Tècnic de Màrqueting LC de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:17 2.- Cap de màrqueting de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:18 3.- Vicesecretària de PATRONAT DE TURISME COSTA BRAVA. Signat 28/07/2026 13:57	ESTAT SIGNAT 28/07/2026 13:57



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 421324 RRDH6-ZPK9T-8XQOZ D5496FBD9E5A1813B1EDF511590C226631E12264) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: https://ss4.ddgi.cat/verificadorordocuments/index.jsp?codigo_entidad=6



de la Llei de propietat intel·lectual, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, determinant els usos que en podran fer terceres persones.

L'empresa adjudicatària haurà de respectar el caràcter confidencial d'aquella informació a la qual tingui accés amb ocasió de l'execució del contracte, que per la seva pròpia naturalesa hagi de tractar-se com a tal. Aquest deure es mantindrà també amb posterioritat a la resolució de la relació contractual.

Els productes i la imatge del PTCBG no podran ser utilitzats per l'adjudicatari excepte per informar de treballs efectuats.