Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DEL SERVEI DE PUBLICITAT, PROMOCIÓ I SUPORT A LA COMERCIALITZACIÓ DE LA DESTINACIÓ COSTA DAURADA MITJANÇANT CANALS PROPIS DE COMPANYIES AÈRIES, TOUROPERADORS, AGÈNCIES DE VIATGE I AGÈNCIES DE VIATGE EN LÍNIA (OTAS).

Índex de continguts

1. Antecedents
2. Objecte del contracte
   2.1. Objectius
3. Descripció dels serveis
4. Gestió del servei
5. Facturació
6. Intermediació
7. Altres formes d'intermediació
8. Confidencialitat

1. Antecedents

Les destinacions **Costa Daurada i Terres de l'Ebre** configuren dues propostes turístiques de referència, amb una oferta variada, competitiva i equipaments de primer nivell que responen a les expectatives del turisme actual.

El **Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona** (d'ara endavant, PTDT) és l'organisme autònom encarregat de gestionar aquestes dues marques turístiques amb l'objectiu de contribuir a la millora i estructuració de l'oferta turística, així com afavorir el desenvolupament del sector en col·laboració amb els agents públics i privats del territori. En aquest sentit, l'ens duu a terme **accions de promoció, comercialització, publicitat i màrqueting** de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre tant a Catalunya i a l'Estat espanyol com als principals mercats internacionals emissors**.**

Aquestes accions tenen com a finalitat **avançar cap a la desestacionalització**, **la descentralització turística, la diversificació de producte i l'increment de la despesa per part del visitant,** tot apostant per un **model turístic que generi valor social i econòmic al territori.** Es promouen experiències de qualitat, sostenibles i respectuoses, i es treballa per projectar la identitat de les marques més enllà de la seva dimensió turística, mitjançant valors compartits i una estratègia comunicativa global, cohesionada i coherent. Així, es vol consolidar un **model turístic que contribueixi al benestar col·lectiu,** posant l'accent en la qualitat per sobre de la quantitat i reforçant la projecció de les marques com a motors de valors socials i culturals.

Davant els canvis en els hàbits i les motivacions dels nous perfils de viatgers —més informats, compromesos i sensibilitzats amb la realitat local— **es fa necessari augmentar la visibilitat i la notorietat de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre entre el públic objectiu**. Cal establir una comunicació propera, empàtica i alineada amb els valors d'un turisme més conscient, responsable i integrat en la

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

realitat del territori que l'acull. Alhora, és fonamental reforçar el vincle tant amb aquest perfil de visitant com amb la comunitat resident, que esdevé un públic estratègic clau en la consolidació d'aquest model turístic.

El PTDT, plenament conscient d'aquesta necessitat, es proposa continuar desenvolupant diverses campanyes de *branding* i producte associades a les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, mitjançant accions combinades *online* i *offline*, amb l'objectiu d'incrementar-ne el coneixement, la notorietat i la capacitat d'incidència en el procés de decisió de viatge.

2. Objecte del contracte

Serveis d'assessorament, desenvolupament estratègic, planificació, negociació de tarifes i descompte, contractació d'espais publicitaris, continguts, i/o accions especials en els suports que ofereixen les companyies aèries, *touroperadors*, agències de viatge i agències de viatge *online (OTAs)*, incloent l'execució, seguiment i valoració de les campanyes publicitàries per la divulgació, promoció i suport a la comercialització de la destinació Costa Daurada.

2.1 Definició d'objectius

El objectius generals de comunicació per aquest contracte són:

- **Promocionar Costa Daurada i Terres de l'Ebre a nivell nacional, estatal i internacional** amb la definició d'un pla de mitjans.

- **Augmentar el *brand awareness*** de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre en els mercats estratègics, situant-les en el ***top of mind*** **del públic objectiu**, donant a conèixer els productes estratègics de la destinació: turisme actiu, esportiu, cultural, enogastronòmic i de natura, entre els més destacables.

- **Executar la integritat de les accions de difusió publicitària** incloses en el pla de mitjans, i fer un seguiment puntual i detallat dels resultats, emetent **informes periòdics amb tots els indicadors de seguiment corresponents** i un **recull de l'execució** de les mateixes accions.

- **Donar suport a la comercialització de la Costa Daurada**, promovent la presència de l'oferta turística de la destinació als canals de venda dels operadors turístics i agents clau dels principals mercats.

- **Inspirar possibles viatgers i turistes a la Costa Daurada** a través dels canals de distribució online (publicitat en portals turístics – metabuscadors, *OTAs* o d'interès turístic -).

- **Desestacionalitzar** l'arribada de visitants més enllà dels mesos d'estiu i **descentralitzar** el producte turístic.

- **Coordinar les accions de difusió publicitària** amb altres accions de comunicació corporativa i comercial que realitzi el PTDT.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

Els objectius específics de mitjans per aquest contracte són:

- **Optimitzar l'eficiència de les inversions publicitàries** perquè s'aconsegueixi el màxim nombre d'impactes de qualitat en els diferents segments del públic objectiu.

- Comunicar de manera innovadora, utilitzant les plataformes digitals i suports generadors de contingut que permetin **aconseguir el major impacte (notorietat) en el *target*.**

- Desenvolupar uns mínims de pressió publicitària que garanteixin la **màxima visibilitat de les campanyes en els mercats objectius** i amb accions enfocades al *target focus*.

- Desenvolupar **accions enfocades als *buyer persona*, en els moments clau del *customer journey* i en productes específics**, establint una **personalització de la segmentació i dels continguts**.

- Desenvolupar un **mix de mitjans** que tingui en compte canals online i offline. Realitzar **campanyes 360** on la selecció de suports es treballi de manera holística i amb **formats notoris**, amb un **mix d'accions en mitjans convencionals i online, i en accions especials** (*branded content*, formats innovadors, natius, de gran impacte visual i *transmedia*). En el cas de les **campanyes co-màrqueting**, cal tenir en compte un equilibri entre els **mitjans propis** del TTOO, OTA o companyia aèria **i els mitjans externs**.

  Els principals *KPIs* de campanya són: generació de continguts de qualitat que responguin als objectius de marca, visualitzacions dels continguts audiovisuals, tràfic a les webs i perfils de XXSS de Costa Daurada i Terres de l'Ebre i dels TTOO/OTAS en el cas de les campanyes co-màrqueting, i volum d'usuaris impactats.

3. Descripció dels serveis

Els serveis a contractar són:

- **Assessorament estratègic sobre els mercats** objecte de la campanya tenint en compte els factors clau pel correcte desenvolupament de l'estratègia publicitària. L'empresa adjudicatària haurà de presentarà els estudis i anàlisis que siguin necessaris per prendre decisions estratègiques i tàctiques incloses en el procés de planificació i compra dels espais publicitaris. Aquesta informació fa referència a:

  - **Dades relatives el mercat** i el sector: anàlisi de l'entorn, competència, tendències actuals i futures, etc.

  - **Dades relatives al panorama del mercat publicitari**: estudi i valoració dels mitjans i suports disponibles a partir de criteris d'audiència, cobertura, rendibilitat i eficiència, nous *players*, formats i tecnologies, i altres paràmetres rellevants que es considerin adequats per a cada mercat.

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

- **Dades sobre els *buyer persona*** definits per PTDT.

- **Desenvolupament estratègic**: L'empresa adjudicatària serà responsable de l' **elaboració de l'estratègia publicitària** mitjançant la confecció d'un **pla de mitjans** consistent i garantint l'eficiència de la inversió, tenint en compte les característiques de cada mercat.

  La proposta de l'estratègia de mitjans realitzada per l'empresa adjudicatària tindrà en compte els objectius i informació que el PTDT entregarà en un ***bríving*****,** i inclourà campanyes de co-màrqueting i campanyes pròpies per cada un dels mercats definits. L'empresa adjudicatària tindrà un **termini màxim d'un mes des de la recepció del bríving** per entregar la documentació.

  El disseny de l'estratègia de mitjans realitzat per l'empresa adjudicatària també tindrà en compte les dades de mercat i context i el panorama de mitjans de cada país d'interès, proveïdes per l'agència i referenciat en el punt anterior, i s'haurà de justificar mitjançant criteris qualitatius i quantitatius, com ara les dades d'abast estimades (audiència, cobertura, afinitat i altres mètriques) a través de les fonts d'audiències requerides pel contracte i detallades en el punt 11.3 de la memòria.

  El pla de mitjans haurà d'incloure la recomanació d'un pla estratègic detallat i incorporarà campanyes pròpies i campanyes de co màrqueting, aquestes últimes amb el corresponent **mix de mitjans amb suports externs i suports propis de companyies aèries, touroperadors, agències de viatges i agències de viatges online (OTAs)**.

  S'entén per suports propis de companyies aèries, touroperadors, agències de viatges i agències de viatges online (OTAs), tots aquells que gestionen directament i que poden posar a disposició per a la difusió de les campanyes: webs, xarxes socials, màrqueting directe, publicacions pròpies, espais a terminals o avions, i altres formats similars, i que podrà incloure, entre d'altres:

  - Publicitat display o continguts promocionals a les seves webs corporatives.
  - Publicacions i *social ads* a través dels seus perfils en xarxes socials.
  - Presència en *newsletters* i altres comunicacions directes.
  - Insercions en revistes pròpies.
  - Publicitat o accions als espais interiors de les aeronaus o en aeroports.
  - Qualsevol altre punt de contacte propietat d'aquests operadors.

  S'entén per **suports externs** aquells que no pertanyen a les companyies aèries, *touroperadors*, agències de viatge o OTAs, però eventualment complementen les propostes.

  En els plans de co màrqueting, depenent de la proposta, el PTDT assumeix el 50% del cost total final de la campanya de publicitat i la companyia aèria, *touroperador*, agència de viatge o OTAs assumeix l'altre 50%. En aquestes col·laboracions, l'empresa adjudicatària valorarà tant les accions previstes en els suports propis de companyies aèries, *touroperadors*, agències de viatges

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29
SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

o *OTAs*, com les accions en suports externs que es proposin en el pla de màrqueting.

La dimensió de les campanyes es definirà conjuntament entre el PTDT i l'empresa adjudicatària, adaptant-se a les característiques i oportunitats de cada mercat.

La persona responsable del contracte per part del PTDT valorarà la proposta del pla de mitjans que faci l'empresa adjudicatària, podent aprovar-la o bé sol·licitar la introducció de modificacions.

L'empresa adjudicatària també revisarà les propostes rebudes directament al PTDT per part de companyies aèries, *touroperadors*, agències de viatge o OTAs mitjançant un document on s'analitzi la proposta i es valori si és o no adient en termes de rendibilitat, adequació als objectius, complementarietat amb el pla traçat i innovació.

L'empresa adjudicatària estimarà l'abast de les campanyes a través de les fonts del mercat, les dades dels mateixos mitjans i les eines pròpies. En cas de suports que no estiguin controlats per les fonts del mercat, abans de proposar-los, l'empresa adjudicatària haurà de comprovar la seva fiabilitat, justificar la seva utilització a través de dades d'estudis propis o dels mateixos suports i assegurar la viabilitat del seguiment, control i resultat de les accions proposades al tancament d'aquestes.

L'empresa adjudicatària detallarà els **preus unitaris** d'aquells suports proposats, especificant el preu tarifa oficial publicat pel mitjà o el TTOO, OTA o companyia aèria en el moment de l'aprovació de l'acció, i el descompte aplicat (quan sigui la modalitat amb descompte).

La **proposta del pla de mitjans haurà de ser flexible** per tal de poder adaptar les campanyes no previstes inicialment. En aquest cas, el PTDT, entregarà un nou bríefing a l'empresa adjudicatària informant de la nova necessitat.

- **Assessorament en la negociació:** l'empresa adjudicatària prestarà servei d'assessorament especialitzat i treballarà conjuntament amb el PTDT per arribar a acords avantatjosos amb els agents col·laboradors com ara companyies aèries, *touroperadors*, agències de viatge o OTAs, en el cas dels plans de co-màrqueting, així com amb els mitjans de comunicació en els casos de plans propis. Aquest assessorament tindrà com a objectiu **garantir la màxima rendibilitat de la inversió**, l'eficàcia dels punts de contacte seleccionats i la millor relació qualitat-preu de les accions contractades. L'empresa adjudicatària posarà a disposició del PTDT els seus coneixements especialitzats sobre audiències, tarifes de mercat publicitari i les seves competències en estratègia i negociació, per tal d'optimitzar les condicions de cada acord.

  Durant la durada del contracte l'empresa adjudicatària aplicarà com a mínim els descomptes, o com a màxim els preus que hagi detallat en el Model d'oferta econòmica del Plec de clàusules administratives particulars.

- **Contractació dels espais:** l'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del PTDT, contractarà els plans de mitjans de les campanyes, així com gestionarà el lliurament del material necessari (especificacions tècniques i dates màximes).

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

- **Seguiment i *reporting*:** L'empresa adjudicatària portarà el seguiment i avaluació en temps real **dels indicadors associats a la campanya i el control i la verificació de la correcta inserció dels espais contractats**, comprovant la ubicació i la qualitat de les campanyes. Així mateix, reportarà de forma continuada al PTDT. El seguiment ha d'incloure la **implementació continuada de les millores** que calguin per corregir eventuals incidències i l'optimització de les campanyes per incrementar els resultats finals. En els períodes en que hi hagi campanyes actives, s'hauran de presentar resultats setmanals.

  L'empresa adjudicatària també serà encarregada de **mantenir el control de la distribució pressupostària assignada.**

- **Tancament de campanya:** S'han de tractar les campanyes i accions a mitjans amb una clara vocació de ser mesurades i optimitzades. Amb la finalitat de poder quantificar la seva efectivitat i notorietat, l'empresa adjudicatària, un cop finalitzada cada una de les campanyes, presentarà una memòria de tancament. El contingut haurà de ser detallat i cobrir tots els indicadors associats a cada campanya. Més concretament, el contingut mínim que cada informe ha d'incloure és:

  - **Detall del mitjà, suport, canal, format i data o període.**

  - Comprovants amb el detall de les insercions tal com es van publicar (***clipping***), incloent-hi els possibles canvis produïts durant la campanya i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuals (per incidència i per acció correctora) en relació amb la planificació aprovada.

  - **Un informe d'assoliment d'objectius**, posant en referència els indicadors d'acompliment (KPIs) definits prèviament. L'adjudicatari haurà d'especificar en cada campanya els indicadors de seguiment que s'utilitzaran segons el tipus de mitjà (digital o convencional) en el qual es va inserir la publicitat, tenint com a referència els següents indicadors mínims requerits, i indicant els resultats obtinguts.

Mitjans	Objectiu	Indicadors
Convencionals		
TV	*Awareness* i notorietat	COB (000 i %) OTS (*Opportunity To See)* GRP (*Gross Rating Point)* CPM (Cost Per Mil) C/GRP (Cost de cada GRP) ROI
Premsa escrita	*Awareness* i notorietat	
Ràdio	*Awareness* i notorietat	
Exterior	*Awareness* i notorietat	

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29
SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

Digitals		
	Awareness i notorietat	CPV (cost per visualització) CPM (Cost Per Mil) CPC (Cost Per *Click*) CTR (Click Through Rate)
	Conversió	CR (*Conversion Rate*) CPL (Cost Per Lead) Taxa de rebot

Les **eines de *reporting* o *dashboards*** que permetin visualitzar i comparar els KPIs amb les xifres resultants és preferible que siguin pròpies de l'empresa licitadora, prèvia aprovació del format per part del PTDT. En cas contrari, el PTDT entregarà un model propi.

- **Quantitat de diners invertida**, desglossant comissions i impostos.
- **Un informe valoració amb aprenentatges i propostes de millora** aplicables a futures campanyes.

El tancament amb els comprovants haurà de ser validat per part del PTDT prèviament a l'enviament de la factura.

Els **informes amb el contingut mínim especificat** en aquest apartat seran enviats al PTDT dins dels **15 dies hàbils des de la finalització de la campanya**. La demora en el lliurament de qualsevol informe o l'absència de dades, especialment de tots els indicadors d'acompliment de cada campanya, es considerarà com una absència en el lliurament en termini d'aquest informe, podent comportar l'aplicació de penalitzacions.

En cas que el PTDT consideri necessari i oportú presentar els resultats de la campanya anual davant dels Patronats de Turisme, l'adjudicatari estarà obligat a fer-ho a la seu del PTDT o en alguna oficina ubicada al territori i determinada pel PTDT.

- **Informes i calendaris globals:** l'empresa adjudicatària proporcionarà 4 documents periòdicament:
  - Un document que es lliurarà anualment en el període que marqui el PTDT, que reculli l'**estratègia de mitjans** proposada per cadascun dels mercats, amb dades quantitatives i qualitatives del panorama de mitjans i generals d'interès per la seva configuració. L'adjudicatari disposarà d'un termini de 15 dies hàbils per efectuar-ne el lliurament, a comptar des de la data en què el PTDT en faci la sol·licitud.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29
Diputació Tarragona
SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

- Un document (**òptic**) que mostri de forma visual el pla d'acció i les principals característiques d'aquest (accions, calendari, indicadors, etc.). Aquest document s'anirà actualitzant per part de l'empresa adjudicatària cada vegada que es modifiqui o s'inclogui una acció o campanya. L'adjudicatari disposarà d'un termini de 15 dies hàbils per efectuar-ne el lliurament, a comptar des de la data en què el PTDT en faci la sol·licitud.

- Un document que indiqui de forma numèrica les característiques i resultats obtinguts de cada una de les accions executades (***dashboard* de resultats**). El document serà actualitzat per l'empresa adjudicatària cada vegada que finalitzi una campanya i s'entregarà en un màxim de 10 dies hàbils. El model pot ser una proposta de l'empresa adjudicatària, prèvia aprovació del PTDT o, en cas contrari, el PTDT lliurarà un model a l'adjudicatari.

- Un document mensual de **control de la inversió** desglossant tota l'activitat contractada de l'any en curs, que inclourà la inversió (per països, campanyes, mitjans, suports i formats). En aquest informe caldrà detallar el preu tarifa, el descompte aplicat segons les condicions de l'oferta i el càrrec d'agència.

Aquests informes hauran d'estar supervisats pel responsable del contracte.

- **Creativitat i producció:** L'empresa adjudicatària portarà a terme la creativitat o la seva adaptació, la generació de continguts i la producció quan, derivat d'una acció específica als mitjans/suports contractats, aquests no puguin fer aquest servei o quan sigui necessari a criteri del PTDT.

A petició del PTDT, es mantindrà una reunió de treball quinzenal (en divendres) a les oficines del PTDT.

4. Gestió del servei

El PTDT, com a Unitat Gestora, farà les peticions de les estratègies i/o les planificacions de les campanyes previstes per portar a terme. Aquestes peticions es faran mitjançant una comunicació amb les dades necessàries o annexant bríefings específics.

L'agència treballarà a partir del pressupost que el client, en aquest cas el PTDT, fixa per a cada campanya i adquirirà els espais publicitaris més adients i a preu de mercat competitiu.

L'empresa adjudicatària (agència de mitjans) aplicarà com a mínim els descomptes oferts en el Model d'oferta o com a màxim els preus oferts en el Model d'oferta de les insercions que gestioni durant l'execució del contracte i aplicarà com a màxim els càrrecs d'agència oferts en el Model d'oferta.

L'empresa adjudicatària trametrà l'estratègia i/o planificació de mitjans requerides en la petició, via correu electrònic, en el termini general **màxim de quinze dies a comptar des de la recepció del correu electrònic**, tret dels casos en què s'especifiqui un termini més ampli.

El PTDT, remetrà la conformitat de l'estratègia i/o planificació, si s'escau, amb les esmenes que es considerin convenients.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

L'empresa adjudicatària contractarà els espais publicitaris o de contingut de la campanya aprovada, i gestionarà el lliurament del material necessari per a l'execució de les accions corresponents.

L'adjudicatària haurà de supervisar el correcte desenvolupament per part dels diferents mitjans de les funcions que tenen encomanades, així com controlar l'emissió de la publicitat.

5. Facturació

Un cop el tancament de campanya amb els documents justificatius sigui validat per part del tècnic responsable, es procedirà a penjar la factura electrònica, que inclourà en format "Excel" la següent informació:

Capçalera:

- Referència de l'expedient i ordre de publicitat
- País
- Campanya
- Data
- Mitjà

Desglossament:

- Suport i edició (si escau)
- Data d'inserció
- Format
- Modalitat de compra (C/GRP, descompte, CPM,…)
- Preu base (preu unitari o cost unitari segons tarifes vigents)
- Nombre d'insercions, impressions, etc.
- Import brut (preu base per nombre d'insercions)
- Descompte aplicat
- Import net (resultat d'aplicar el descompte negociat)
- Càrrec d'agència
- Import net + càrrec d'agència
- Descompte resultant (percentatge de la diferència entre l'import brut i l'import net + càrrec d'agència sobre l'import brut).

Totals:

- Import net total
- Càrrec d'agència total

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme
Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel

- Import net + càrrec d'agència total
- Import de l'IVA vigent aplicat
- Import total IVA inclòs

Documents justificatius: L'empresa adjudicatària també annexarà els justificants que tingui al seu abast, sigui per les fonts del mercat contractades o per les acreditacions pròpies dels mitjans, o dels servidors externs, com a comprovants de les insercions portades a terme en els diferents mitjans i suports. Aquests poden ser: *pdf* de les insercions impreses, certificat d'emissió en ràdio o televisió, informe de *l'adserver* i captura de pantalla en mitjans digitals o fotografia en *jpg* en el mitjà exterior.

6. Intermediació

El PTDT treballa conjuntament amb Patronats Municipals, Entitats Comarcals, Associacions Empresarials i altres agents del sector turístic de la demarcació, tant públics com privats. D'aquesta feina conjunta es poden derivar col·laboracions en l'àmbit de les campanyes publicitàries, en les que el PTDT podrà contractar la inserció de publicitat a través de l'empresa adjudicatària.

El PTDT serà qui definirà el pes que tindran els eventuals col·laboradors sobre el total de la campanya.

L'empresa adjudicatària haurà de seguir els mateixos criteris de suport i col·laboració en la gestió i en la contractació d'aquestes campanyes.

7. Altres formes d'intermediació

El PTDT es reserva el dret de contractar els serveis objecte d'aquesta licitació amb els diferents mitjans, sense necessitat d'acudir a l'agència de mitjans que resulti adjudicatària en aquesta licitació i sense que aquesta contractació generi cap despesa en concepte de càrrec d'agència.

A efectes merament informatius es podria fer ús d'aquesta contractació excepcional en supòsits en què fos precís l'ús de mitjans molt especialitzats per sectors o que determinats mitjans formin part d'acords tancats relacionats amb esdeveniments turístics, culturals, esportius, festius, solidaris o d'altres tipus.

No obstant això, en el supòsit en què la contractació es tramiti mitjançant l'empresa adjudicatària de la present licitació, aquesta tindrà dret a percebre del PTDT el càrrec d'agència especificat en l'oferta econòmica sobre l'import que resulti d'aquest acord excepcional.

8. Confidencialitat

L'adjudicatari està obligat a guardar secret respecte a les dades o informació prèvia que no sent públics o notoris, estiguin relacionats amb l'objecte del contracte. Qualsevol inserció als mitjans de comunicació que l'adjudicatari realitzi pel PTDT haurà de ser aprovat prèviament pel client.

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

Diputació Tarragona

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Aquest document és una còpia autèntica del document electrònic original custodiat per OA PATRONAT DE TURISME. Podeu verificar la seva autenticitat a través del servei de validació de la Seu Electrònica de l'Ens amb el CVE B438E2BE23EA466C994F9AC5000CFA60 i data d'emissió 16/09/2026 a les 14:09:29

Diputació Tarragona

SIGNAT ELECTRÒNICAMENT PER:
Octavi Bono i Gispert - DNI ** (SIG) el dia 17/07/2026 a les 15:31:16

Patronat de Turisme

Passeig de Torroja, s/n 43007 Tarragona. Catalonia-Spain
Tel. +34 977 230 312 Fax +34 977 238 033 - turisme@dipta.cat
www.costadaurada.info - www.terresdelebre.travel