

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES
**PROCEDIMENT OBERT PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI INTEGRAL
D'AGÈNCIA CREATIVA I DE PUBLICITAT DE FIRA CIRCUIT, S.L.U.**

PRESENTACIÓ DE FIRA CIRCUIT

El Circuit de Barcelona-Catalunya és una infraestructura d'alt nivell preparada per acollir grans esdeveniments esportius, corporatius, comercials, culturals i d'oci, i disposa d'espais interiors, *hospitalities*, *suites* i àmplies àrees exteriors que permeten desenvolupar múltiples formats d'activitat.

Des de gener de 2025, Fira de Barcelona gestiona el Circuit a través de Fira Circuit, S.L.U. Aquesta etapa té com a objectiu reforçar el posicionament de la infraestructura, ampliar-ne l'activitat i diversificar les línies de negoci vinculades, entre d'altres, als Grans Premis, l'*hospitality*, els esdeveniments, les experiències, les activitats corporatives i la mobilitat sostenible.

En aquest context, Fira Circuit requereix un servei d'agència creativa i de publicitat capaç de combinar continuïtat estratègica, flexibilitat operativa i capacitat de producció de peces i campanyes a demanda.

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del contracte és la prestació d'un servei integral d'agència creativa i de publicitat per donar suport a l'Àrea de Màrqueting i Comunicació i, quan sigui requerit, a l'Àrea Comercial de Fira Circuit, S.L.U. (en endavant, Fira Circuit).

El servei comprèn l'assessorament estratègic, la conceptualització creativa, la direcció d'art, el *copywriting*, el disseny gràfic i digital, la maquetació, les adaptacions multiformat i la preparació d'arts finals. En l'àmbit audiovisual, cobreix principalment la creativitat, el guió, el storyboard i la coordinació creativa amb la productora de Fira Circuit; el *motion graphics*, l'edició i les adaptacions audiovisuals es prestaran només quan s'encarreguin expressament.

L'agència actuarà com a partner creatiu de Fira Circuit, amb l'objectiu de garantir coherència de marca, qualitat visual, capacitat de resposta i una correcta adaptació de les campanyes i materials als diferents públics, canals, productes, serveis i esdeveniments.

2. ABAST DEL CONTRACTE I MODEL DE PRESTACIÓ

La prestació s'estructura mitjançant un model híbrid format per una part fixa de servei continu i una part variable de treballs a demanda. La configuració econòmica, els preus màxims i el sistema de facturació es defineixen al Plec de Condicions Econòmiques.

A efectes de coherència documental, les definicions tècniques de les tipologies de treball, peces, lliurables, perfils i nivells de servei són les establertes en aquest Plec. Els imports i preus màxims utilitzats exclusivament per a la valoració econòmica i condicions de facturació són els establerts al Plec de Condicions Econòmiques. Quan un mateix terme aparegui en ambdós documents, tindrà el mateix significat.

2.1. Servei continu — part fixa

La part fixa remunera la disponibilitat permanent de l'equip adscrit, la direcció i coordinació del compte i les funcions recurrents necessàries per garantir la continuïtat del servei. Com a mínim inclourà:

- ✓ Direcció i coordinació global del compte i interlocució única amb Fira Circuit.
- ✓ Assessorament creatiu i estratègic continuat i suport en la definició de briefings.
- ✓ Planificació mensual de necessitats i priorització de treballs.
- ✓ Supervisió de coherència de marca, criteris gràfics, to, narrativa i qualitat de les peces.
- ✓ Reunions ordinàries de coordinació, seguiment de terminis i resolució d'incidències.
- ✓ Gestió ordenada d'arxius, arts finals i repositori dels materials finals i editables generats durant el contracte, amb criteris de nomenclatura i traçabilitat de versions.

- ✓ Seguiment econòmic mensual dels encàrrecs variables i del saldo disponible.
- ✓ Propostes proactives de millora, tendències, formats i oportunitats creatives.
- ✓ Capacitat de resposta davant necessitats urgents i disponibilitat reforçada en els principals esdeveniments o moments crítics de campanya, en els termes de la clàusula 9.

2.2. Serveis variables a demanda

La part variable constitueix un límit màxim de despesa disponible i no genera cap obligació de consum mínim. Fira Circuit abonarà exclusivament els treballs efectivament encarregats, autoritzats, executats i acceptats.

Els encàrrecs variables es valoraran, per aquest ordre, mitjançant:

- ✓ Paquet de campanya o projecte, quan l'abast encaixi amb una tipologia definida.
- ✓ Preu unitari del catàleg, quan es tracti d'una peça, adaptació o lliurable individual.
- ✓ Tarifa horària, únicament per a treballs excepcionals no catalogables o reforços específics prèviament autoritzats.

Qualsevol treball variable requerirà autorització prèvia de Fira Circuit mitjançant una ordre de treball o validació equivalent, amb identificació del preu, termini i lliurables.

No es podran fraccionar artificialment els treballs per incrementar-ne el preu. Quan l'abast creatiu d'un encàrrec encaixi en un paquet, s'aplicarà el preu del paquet als treballs que hi estiguin inclosos. Les adaptacions i versions derivades no incloses es valoraran separatament segons el catàleg, sense duplicar cap lliurable ni funció ja remunerada.

A efectes de la prestació del servei, els encàrrecs de Fira Circuit que requereixin el desenvolupament d'una campanya o projecte creatiu complet es classificaran en tres tipologies:

- Tipus A — Gran campanya / Gran esdeveniment
- Tipus B — Campanya / Producte o línia de negoci
- Tipus C — Campanya tàctica / Acció promocional

La classificació de cada encàrrec correspondrà a Fira Circuit, atenent principalment la rellevància de l'esdeveniment, producte o activitat, la complexitat del briefing, el nivell de conceptualització requerit, el nombre de canals i suports, el volum de peces i adaptacions i el termini d'execució. La classificació no dependrà exclusivament del nombre final de peces, sinó del nivell de desenvolupament estratègic i creatiu requerit.

2.2.1. Tipus A — Gran campanya / Gran esdeveniment

Correspon als projectes de màxima rellevància estratègica, comercial i reputacional per a Fira Circuit que requereixin el desenvolupament d'una campanya principal, integral i multicanal. S'inclouen especialment en aquesta categoria les grans campanyes prèvies de llançament i venda d'entrades del Gran Premi de Fórmula 1 i del Gran Premi de MotoGP, així com altres campanyes o projectes equivalents que, per la seva dimensió, projecció nacional o internacional i diversitat de canals, requereixin el desenvolupament d'un univers creatiu complet.

Aquest tipus d'encàrrec partirà habitualment d'un briefing estratègic específic i requerirà una proposta creativa integral capaç de vertebrar de manera coherent el conjunt de la campanya. D'acord amb el briefing aprovat, comprendrà:

- Anàlisi del briefing, context, públics i objectius.
- Plantejament estratègic de comunicació, desenvolupament del concepte creatiu central i proposta de claim, eslògan o missatge principal.
- Creació del key visual o creativitat màster i definició de la línia gràfica i dels criteris d'aplicació.
- Desenvolupament del cartell o peça principal i de les peces màster necessàries per definir la campanya en les principals famílies de canals i suports identificades al briefing.
- Declinació conceptual i peces màster per a canals digitals: xarxes socials, display, web, landing pages, email màrqueting i altres suports digitals.
- Declinació conceptual i peces màster per a canals offline: anuncis de premsa, cartelleria, OPI/MUPI, publicitat exterior, autobusos, tanques, banderoles, suports físics del Circuit i altres formats equivalents.
- Quan el briefing ho requereixi, concepte i guió de falca de ràdio o de peça audiovisual, així com storyboard o tractament visual. No inclou la producció externa.
- Preparació dels arts finals i lliurament dels fitxers editables, màsters i fonts corresponents.

El paquet Tipus A remunera el desenvolupament estratègic i creatiu de la campanya i de les seves peces màster. No fixa un límit d'adaptacions ni d'aplicacions per al desplegament de la campanya. Les adaptacions i versions derivades que no formin part de les peces màster incloses es valoraran mitjançant els preus unitaris o packs adjudicats, amb autorització prèvia i dins del pressupost variable disponible.

No s'inclouen en el preu del paquet els costos externs de producció audiovisual, rodatges, fotografia específica, artistes, il·lustradors, locutors, compra de drets, impressió, producció física, compra de mitjans o altres serveis de tercers. Si són necessaris, requeriran pressupost separat i autorització expressa de Fira Circuit.

2.2.2. Tipus B — Campanya / Producte o línia de negoci

Correspon als projectes creatius de rellevància mitjana o alta vinculats a un producte, servei, activitat, línia comercial o campanya específica de Fira Circuit, però que no requereixen el desplegament estratègic i multicanal propi d'una campanya Tipus A.

S'inclouen habitualment en aquesta categoria les campanyes de Nadal, Abonats, Hospitality, experiències i productes *premium*, esdeveniments corporatius, activitats B2B, productes comercials, línies de diversificació del Circuit i també campanyes vinculades als Grans Premis que no constitueixin la gran campanya principal de llançament o venda d'entrades.

- Interpretació del producte, servei o activitat i del públic objectiu; plantejament i concepte creatiu; claim o missatge principal quan correspongui; key visual i línia gràfica.
- Desenvolupament de les peces màster per als canals identificats al briefing, amb un desplegament inferior al d'una gran campanya Tipus A.
- Les peces màster podran comprendre xarxes socials, display, emailing, web/landing, premsa, publicitat exterior, cartelleria, OPI/MUPI, autobusos, tanques, banderoles, suports del Circuit i altres formats equivalents, segons el briefing aprovat.
- Preparació d'arts finals i lliurament dels fitxers editables.

El paquet Tipus B no estableix un límit d'adaptacions per al desplegament de la campanya. Les adaptacions, versions i declinacions derivades que no formin part de les peces màster incloses es valoraran mitjançant els preus unitaris o packs adjudicats, amb autorització prèvia i dins del pressupost variable disponible.

2.2.3. Tipus C — Campanya tàctica / Acció promocional

Correspon a actuacions de caràcter puntual i tàctic, orientades a un objectiu concret de venda, conversió, captació, notorietat o participació, que requereixin una idea o creativitat pròpia però no el desenvolupament d'una campanya estratègica completa ni d'un nou univers de marca.

S'inclouen habitualment en aquesta categoria Black Friday, early bird, última oportunitat, promocions puntuals de venda d'entrades, promocions d'Hospitality, captació de leads, concursos, activacions digitals, accions de fan engagement i altres accions comercials de curta durada.

- Interpretació del briefing; idea o enfocament creatiu; claim o missatge tàctic; creativitat principal o peça màster i definició de les principals declinacions de canal previstes al briefing.
- Preparació d'arts finals i lliurament dels fitxers editables.

El paquet Tipus C no estableix un límit d'adaptacions. Les adaptacions de mida, format, suport o idioma derivades de les peces màster incloses es valoraran mitjançant els preus unitaris o packs adjudicats, amb autorització prèvia i dins del pressupost variable disponible.

Les presentacions, catàlegs, dossiers, nades corporatives o altres peces individuals que no requereixin per si mateixes una campanya completa podran encarregar-se directament mitjançant el preu unitari corresponent, sense necessitat de classificar-les com a campanya Tipus C.

2.2.4. Regla de classificació

La denominació de l'esdeveniment, producte o activitat no determinarà per si sola la tipologia de campanya. Així, una actuació vinculada a F1 o MotoGP podrà tenir la consideració de Tipus C si es limita a una promoció tàctica específica, mentre que un projecte vinculat a Hospitality podrà tenir la consideració de Tipus A si excepcionalment requereix un reposicionament integral, una nova identitat i un desplegament multicanal de gran abast.

Una peça màster és el desenvolupament creatiu de referència que estableix la composició, jerarquia, imatge i criteris d'aplicació per a una família de canal o suport; no és cadascuna de les exportacions o mides finals. L'ordre de treball identificarà les peces màster incloses en el paquet i les adaptacions o versions derivades, amb el seu codi i import. Les peces màster incloses no podran tornar-se a facturar com a unitats ni com a adaptacions. Un mateix lliurable no podrà imputar-se simultàniament a un paquet, un preu unitari i una tarifa horària.

El nombre de peces, adaptacions o versions que Fira Circuit pugui requerir no queda limitat pels exemples de campanya ni pels coeficients de valoració de les ofertes. Els encàrrecs s'hauran d'ajustar a l'abast contractual, als terminis aprovats i al pressupost variable disponible; aquesta previsió no implica producció il·limitada inclosa en el preu del paquet ni autoritza a superar el pressupost del contracte.

Els paquets i els preus unitaris inclouen fins a TRES (3) rondes ordinàries de revisió sobre una proposta que respongui al briefing aprovat. Cada ronda comprèn el retorn agrupat d'observacions de Fira Circuit i, quan correspongui, de F1, MotoGP o altres titulars de drets, sobre la fase o lliurable presentat. Les correccions d'errors imputables a l'agència no computaran com a ronda. Els canvis de briefing, objectiu o abast posteriors a l'aprovació d'una fase, així com les revisions addicionals no imputables a errors de l'agència, requeriran valoració i autorització prèvies de Fira Circuit abans de generar qualsevol cost addicional.

2.3. Àmbits funcionals coberts

- ✓ Grans Premis i competicions esportives, incloent F1, MotoGP i altres proves o esdeveniments del calendari.
- ✓ Productes Hospitality, experiències premium i desenvolupament comercial.
- ✓ Diversificació de l'activitat del Circuit, esdeveniments corporatius, culturals, musicals, fires, congressos i noves línies de negoci.
- ✓ Ticketing, captació de leads, campanyes tàctiques i accions orientades a conversió.
- ✓ Comunicació institucional i corporativa de Fira Circuit.
- ✓ Materials comercials, presentacions, catàlegs, landings, emailing, xarxes socials i suports digitals o físics.
- ✓ Fan engagement, gamificació i propostes creatives de participació, sense que l'execució material de les activacions s'entengui inclosa llevat d'encàrrec específic.

2.4. Prestacions excloses o subjectes a autorització específica

No es consideren inclosos de manera automàtica en els preus de l'agència els costos de tercers corresponents a impressió, compra de mitjans, desenvolupament web, lloguer d'equips, rodatges, actors, models, locucions, música, drets, fotògrafs, il·lustradors, artistes, traducció professional especialitzada o altres produccions externes. Quan siguin necessaris, requeriran pressupost desglossat i autorització prèvia i expressa de Fira Circuit. Com a regla general, aquests costos s'imputaran a la part variable del contracte i es repercutiran pel cost net acreditat del proveïdor, sense marge adicional d'agència, llevat que Fira Circuit decideixi contractar-los directament.

2.5. No-exclusivitat dels treballs d'adaptació i coordinació amb els recursos de disseny de Fira Circuit

Fira Circuit es reserva la facultat de realitzar amb personal propi o d'encarregar als professionals o empreses de disseny que tingui contractats, d'acord amb la normativa aplicable, treballs d'adaptació, maquetació, actualització, canvi de format, versió idiomàtica i altres desenvolupaments derivats de les peces màster. En conseqüència, aquest contracte no atribueix a l'agència adjudicatària exclusivitat sobre aquests treballs.

L'agència haurà de lliurar els màsters, els fitxers editables i la documentació necessària perquè Fira Circuit i els professionals que aquesta autoritzi puguin efectuar les adaptacions, en els terminis de cada encàrrec i amb els drets d'ús i transformació previstos al contracte. Aquest lliurament no podrà condicionar-se a la contractació posterior d'adaptacions amb la mateixa agència.

La decisió de no encarregar a l'agència determinats treballs variables i d'executar-los mitjançant aquests altres recursos no generarà, per si mateixa, cap dret de facturació, compensació o indemnització a favor de l'adjudicatària. Aquesta previsió no altera la retribució del servei continu efectivament prestat ni les obligacions i condicions econòmiques dels encàrrecs ja autoritzats.

3. TIPOLOGIA DE TREBALLS, PECES I LLIURABLES

3.1. Estratègia i conceptualització creativa

- ✓ Diagnosi i enfocament creatiu de campanyes, productes o esdeveniments.
- ✓ Concepte creatiu, territori de marca, proposta de valor, naming, claim i missatges clau.
- ✓ Key visual, línia gràfica, look & feel i criteris de declinació.
- ✓ Narrativa de campanya, copies i continguts per canals digitals i offline.

3.2. Disseny gràfic, editorial i comercial

- ✓ Cartells, OPI/MUPI, anuncis de premsa, publicitat exterior en autobusos, tanques i banderoles, flyers, roll-ups, senyalística, suports del Circuit i peces promocionals.
- ✓ Presentacions corporatives i comercials, dossiers, catàlegs, fitxes de producte i materials Hospitality.
- ✓ Infografies, esquemes, mapes 2D o 3D i altres recursos d'informació visual.

Les presentacions, fulletons, catàlegs, dossiers i fitxes comercials podran lliurar-se en format digital i/o amb arts finals preparats per a impressió, d'acord amb l'ordre de treball. La generació del PDF digital i dels arts finals d'una mateixa maquetació s'inclou en el preu i no constitueix dues peces originals. La impressió física no queda inclosa i requerirà autorització específica si Fira Circuit la sol·licita.

3.3. Digital i performance

- ✓ Peces per xarxes socials, estàtiques o animades, i adaptacions multiformat.
- ✓ Banners i packs de display, creativitats d'emailing i newsletters.
- ✓ Disseny gràfic i UX/UI de landings. El desenvolupament o programació no queda inclòs excepte encàrrec específic.

3.4. Fan engagement, gamificació i dinàmiques participatives

- ✓ Proposta i conceptualització d'accions orientades a incrementar la implicació, participació i fidelització dels públics de Fira Circuit.
- ✓ Ideació de concursos, reptes, activacions digitals, experiències interactives, accions de street marketing, mecàniques participatives i altres formats de fan engagement.
- ✓ Proposta d'estratègies i mecàniques de gamificació aplicades a campanyes, productes o esdeveniments per incrementar la participació, recurrència i vinculació dels usuaris.

L'abast ordinari comprèn la conceptualització creativa i la definició de les mecàniques, però no la producció material ni la posada en marxa de les activacions. La conceptualització s'inclourà en el paquet quan formi part del briefing, o s'encarregarà com a unitat del catàleg quan sigui independent. Qualsevol execució material requerirà un encàrrec específic admès dins de l'abast del contracte i autorització prèvia de Fira Circuit.

3.5. Creativitat audiovisual i suport a producció

- ✓ Conceptualització creativa d'spots i peces audiovisuals; desenvolupament de guions, escaletes, tractaments creatius, storyboards i criteris de direcció artística.
- ✓ Supervisió creativa i coordinació amb la productora o proveïdor audiovisual designat per Fira Circuit.
- ✓ De manera puntual i únicament quan Fira Circuit ho encarregui expressament, motion graphics, animacions, edició de material existent, adaptacions de ratio o format i subtitulació.

Les unitats audiovisuals U38 a U45 tenen caràcter opcional a demanda i no comporten compromís de consum ni exclusivitat a favor de l'adjudicatari. Fira Circuit podrà encarregar la filmació, muntatge, edició, postproducció o adaptació audiovisual a la seva productora habitual o a altres proveïdors. La creativitat, guió o storyboard inclosos en un paquet no es podran tornar a facturar com a unitat independent.

3.6. Definicions econòmiques de les peces

Tipologia	Definició
Original / peça nova	Treball que parteix d'un briefing nou o requereix una nova solució creativa, compositiva o visual.
Adaptació simple	Canvi de mida, ratio o suport mantenint substancialment composició, continguts i criteris gràfics.
Adaptació complexa	Adaptació que requereix remaquetació significativa, reorganització d'elements, noves jerarquies o ajust creatiu.
Actualització simple	Modificació de dades, dates, preus, patrocinadors o textos breus sobre una peça existent, sense canvi d'imatge ni alteració substancial de la composició.
Actualització complexa	Modificació d'una peça existent que incorpora canvi d'imatge, copy o diversos continguts i requereix remaquetació, però sense crear una nova línia visual o un nou concepte.
Versió idiomàtica	Substitució i ajust dels textos d'una peça ja creada a partir d'una traducció facilitada o validada per Fira Circuit. La primera versió lingüística forma part de la peça original o adaptació contractada. Cada idioma addicional es valorarà com a versió idiomàtica, i no com a nova peça original. La traducció professional externa no s'entén inclosa.

Quan una mateixa peça, en un mateix format i mida, es requereixi en quatre idiomes, es valorarà com una peça base més tres versions idiomàtiques U20, i no com quatre peces originals. Els ajustos ordinaris de maquetació derivats de la substitució del text estan inclosos en U20. Si l'idioma exigeix una remaquetació excepcionalment complexa, s'haurà de justificar i autoritzar prèviament la classificació corresponent, sense acumular U20 i una altra unitat per la mateixa feina.

3.7. Contingut mínim de qualsevol lliurament

- ✓ Arxiu final en el format requerit per al canal o suport.
- ✓ Arts finals preparats per a producció quan correspongui.
- ✓ Fitxers editables o font i peces màster, correctament ordenats i identificats.
- ✓ Relació de tipografies, imatges, recursos i llicències utilitzades quan sigui necessari.
- ✓ Versions idiomàtiques i de format previstes a l'ordre de treball.
- ✓ Identificació de l'ús de sistemes d'intel·ligència artificial generativa quan s'hagin utilitzat.
- ✓ Garantia de disposició dels drets necessaris sobre tots els elements incorporats.

4. LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS I SISTEMA D'ENCÀRRECS

Els treballs variables s'executaran mitjançant ordres de treball. Cada encàrrec seguirà el circuit següent:

1. Briefing de Fira Circuit, amb objectiu, públic, canals, calendari, materials disponibles i responsable intern.
2. Proposta de classificació de l'encàrrec per l'agència com a paquet, preu unitari o treball excepcional per hores, amb validació final de Fira Circuit.

3. Confirmació de la classificació de l'encàrrec, termini, lliurables, revisions i import aplicable. Per als encàrrecs simples i directament identificables amb un paquet o preu unitari adjudicat, la confirmació s'emetrà en un màxim de 4 hores laborables. Per als encàrrecs complexos, excepcionals o no catalogables, el pressupost o proposta s'emetrà en un màxim d'1 dia laborable. No caldrà una nova oferta comercial quan FC ja indiqui el codi i la quantitat: s'aplicaran els preus adjudicats.
4. Autorització expressa de Fira Circuit abans de l'inici del treball facturable.
5. Execució, presentació, revisions i validació final.
6. Lliurament de fitxers finals, editables i documentació associada.
7. Incorporació de l'encàrrec al resum mensual de seguiment i facturació.

5. NIVELLS DE SERVEI, TERMINIS I DISPONIBILITAT

L'agència haurà d'organitzar els seus recursos per complir, com a mínim, els nivells de servei següents, llevat que l'ordre de treball estableixi un termini diferent per la complexitat de l'encàrrec:

Servei / situació	Nivell mínim requerit
Confirmació de recepció d'una petició ordinària	Màxim 4 hores laborables
Confirmació de recepció d'una petició urgent durant franja de cobertura	Màxim 1 hora
Pressupost/classificació d'un encàrrec simple i catalogat	Màxim 4 hores laborables
Pressupost d'un encàrrec complex o no catalogable	Màxim 1 dia laborable
Actualització o adaptació simple	Màxim 1 dia laborable
Adaptació complexa o peça original de complexitat mitjana	Màxim 3 dies laborables
Pack digital o editorial de complexitat mitjana	Màxim 5 dies laborables
Campanya / projecte específic	Calendari aprovat a l'ordre de treball

Els terminis de pressupost es comptaran des de la recepció d'un briefing suficient. L'agència haurà de comunicar dins del mateix termini qualsevol dada imprescindible que manqui. Els terminis de producció començaran amb l'autorització expressa de FIRA CIRCUIT i la recepció dels materials necessaris. La confirmació urgent i el lliurament final són obligacions diferenciades; un encàrrec urgent no eximeix de l'autorització prèvia de despesa.

La consideració d'una petició com a urgent correspondrà a FIRA CIRCUIT i s'utilitzarà de forma raonable. La resposta urgent implica activació i confirmació del pla de treball, no necessàriament el lliurament complet de la peça en el mateix termini.

El compliment dels nivells de servei i terminis establerts en aquest apartat serà objecte de control i seguiment d'acord amb els mecanismes previstos a l'apartat 11 del present Plec.

L'incompliment injustificat dels nivells de servei o terminis establerts podrà donar lloc a l'aplicació del règim d'incompliments i penalitats previst al PCAP, atenent la gravetat, reiteració i impacte de l'incompliment en la correcta execució del servei.

6. OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATARI

- ✓ Proporcionar un organigrama concret de l'equip, amb rols, responsabilitats, dades de contacte i sistema de substitucions.
- ✓ Executar els serveis amb els recursos humans, tècnics i materials necessaris, garantint qualitat, traçabilitat i terminis.
- ✓ Mantenir la disponibilitat de l'equip mínim durant tota la vigència i substituir absències sense cost addicional.
- ✓ Participar en les reunions de coordinació i mantenir actualitzat el registre d'encàrrecs.
- ✓ Aplicar les directrius corporatives i de marca de Fira Circuit i, quan correspongui, els manuals i processos d'aprovació de F1, MotoGP o altres titulars de drets.
- ✓ Informar de riscos de calendari, drets, llicències o dependències abans que afectin el lliurament.
- ✓ No iniciar treballs variables facturables sense autorització prèvia.
- ✓ Lliurar els fitxers finals i editables i mantenir una estructura ordenada dels arxius.
- ✓ Complir la normativa laboral, de prevenció de riscos, protecció de dades, propietat intel·lectual i qualsevol altra normativa aplicable.
- ✓ Mantenir les assegurances i cobertures exigides al PCAP durant tota la vigència del contracte.

7. DURADA I INICI DEL SERVEI

El contracte tindrà una durada inicial de DOS (2) ANYS. Fira Circuit podrà acordar fins a TRES (3) pròrrogues d'UN (1) ANY cadascuna, de manera que la durada màxima total del contracte serà de CINQ (5) ANYS (2+1+1+1), en els termes que estableixi el PCAP.

El servei s'iniciarà a partir de la formalització del contracte o de la data que s'estableixi en el document contractual. L'adjudicatari haurà d'estar en disposició de prestar el servei des de la data d'inici, amb l'equip mínim i els mitjans compromesos.

8. EFECTIUS I EQUIP MÍNIM ADSCRIT AL CONTRACTE

L'adjudicatari haurà d'adscriure un equip multidisciplinari estable. Es requereixen, com a mínim, les funcions següents. Es permet que una mateixa persona assumeixi fins a dues funcions compatibles, sempre que s'acrediti la qualificació i experiència requerides i que l'equip estigui format per un mínim de QUATRE (4) persones diferenciades.

Perfil funcional	Experiència mínima	Dedicació fixa mínima	Funcions principals
Responsable de compte / estratègia	5 anys	12 h/mes	Interlocució, coordinació, planificació, briefing i seguiment econòmic.
Director/a creatiu/va	5 anys	10 h/mes	Direcció conceptual, criteri creatiu, supervisió i coherència de campanya.
Director/a d'art / dissenyador/a sènior	4 anys	8 h/mes	Direcció d'art, coherència visual, validació d'arts finals i criteris de producció.

Perfil funcional	Experiència mínima	Dedicació fixa mínima	Funcions principals
Copywriter / content strategist	3 anys	5 h/mes	Claims, copies, narrativa, missatges i adaptació de continguts.
Dissenyador/a digital / motion	3 anys	5 h/mes	Formats digitals, motion, adaptacions i suport audiovisual.

La dedicació fixa mínima total és de 40 hores mensuals equivalents, sense incloure el temps necessari per executar els treballs variables facturats per paquet, preu unitari o tarifa horària. Per als treballs variables per hores es podran utilitzar també els perfils addicionals previstos al Plec de Condicions Econòmiques. Quan una mateixa persona pugui actuar sota més d'un perfil, només serà facturable la tarifa corresponent a la funció efectivament executada i no es podrà imputar una mateixa hora a més d'un perfil.

A efectes de l'equip mínim, «Director/a d'art / dissenyador/a sènior» constitueix un únic perfil funcional. A efectes dels treballs variables valorats per hores, el Plec de Condicions Econòmiques diferencia les tarifes H03 (Director/a d'art) i H04 (Dissenyador/a gràfic/a sènior) segons la funció efectivament executada.

L'equip haurà de tenir capacitat efectiva per treballar en català i castellà, i capacitat professional suficient en anglès per gestionar materials, briefings, marques i validacions internacionals.

8.1. Responsable del servei

La persona Responsable de compte / estratègia actuarà com a interlocutor principal davant Fira Circuit, coordinarà els recursos de l'agència, garantirà el compliment dels compromisos i mantindrà actualitzat el registre de treballs, calendaris i consum pressupostari.

8.2. Substitucions

Qualsevol canvi de personal adscrit s'haurà de comunicar prèviament, excepte casos d'urgència degudament justificats. Les persones substituïdes hauran de disposar d'una qualificació i experiència igual o superior a la requerida per al perfil substituït i no podran generar cap cost addicional.

9. CONDICIONS DE PRESTACIÓ I DISPONIBILITAT REFORÇADA

Amb caràcter general, els treballs es prestaran des de les instal·lacions de l'agència. Fira Circuit podrà requerir reunions presencials al Circuit de Barcelona-Catalunya quan resultin necessàries per a la coordinació, presentació de campanyes, briefings, seguiment o validació dels treballs. Els desplaçaments ordinaris vinculats a aquestes reunions es consideren inclosos en la part fixa.

No s'exigeix la presència continuada de l'equip de l'agència durant les jornades de curses o esdeveniments ni un nombre obligatori de jornades presencials. L'agència haurà de garantir disponibilitat reforçada i capacitat de resposta, principalment remota, durant els principals esdeveniments o moments crítics de campanya que Fira Circuit comuniqui amb antelació suficient. Les franges de cobertura i el canal de contacte es fixaran en la planificació del servei.

La coordinació i la disponibilitat reforçada formen part de la quota fixa. Les peces i produccions que se'n derivin es valoraran d'acord amb el paquet o catàleg aplicable, sense doble facturació. Quan excepcionalment calgui un reforç específic no inclòs en el servei continu, requerirà ordre de treball i autorització econòmica prèvies de Fira Circuit.

10. PROPIETAT INTEL·LECTUAL, DRETS D'IMATGE, IA I CONFIDENCIALITAT

10.1. Propietat intel·lectual i industrial

Els treballs desenvolupats en execució del contracte hauran de ser originals o disposar de les llicències necessàries. L'adjudicatari cedirà a Fira Circuit, en els termes que estableixi el PCAP i amb l'abast necessari per a la seva explotació, els drets sobre els resultats, incloent els fitxers màster i editables. L'agència respondrà de la correcta obtenció dels drets de tercers que incorpori als treballs.

10.2. Intel·ligència artificial

- ✓ L'ús d'eines d'IA generativa s'haurà d'informar quan afecti directament el contingut final lliurat.
- ✓ No es podrà introduir informació confidencial, dades personals, materials no públics o actius de Fira Circuit en sistemes que puguin reutilitzar-los per entrenament o finalitats incompatibles amb el contracte.
- ✓ L'agència haurà de garantir la licitud de l'ús de les eines, la traçabilitat suficient i l'absència de vulneració de drets de tercers.
- ✓ Quan Fira Circuit ho requereixi, l'agència haurà de poder acreditar les eines utilitzades i el tractament aplicat als materials finals.

10.3. Confidencialitat i dades

L'adjudicatari mantindrà la màxima confidencialitat sobre informació, calendaris, productes, estratègies comercials, dades i documentació no pública a la qual tingui accés. Les obligacions de protecció de dades i seguretat s'ajustaran al PCAP, als encàrrecs de tractament que resultin necessaris i a la normativa vigent.

11. CONTROL, SUPERVISIÓ I SEGUIMENT DEL CONTRACTE

El servei s'haurà de gestionar amb transparència operativa i econòmica. Com a mínim, l'adjudicatari haurà de mantenir:

- ✓ Una reunió de coordinació mensual, sens perjudici de reunions addicionals de projecte.
- ✓ Un registre únic d'encàrrecs amb estat, responsable, data de briefing, termini, import autoritzat, revisions i data de lliurament.
- ✓ Un resum mensual de facturació del servei fix i dels treballs variables acceptats.
- ✓ Un quadre de control del pressupost variable: pressupost anual, import compromès, import executat, import facturat i saldo disponible.
- ✓ Un informe trimestral breu amb volum de peces, compliment de terminis, incidències, principals campanyes i propostes de millora.
- ✓ Un repositori ordenat de fitxers finals i editables, amb criteris de nomenclatura i traçabilitat de versions. No s'exigeix com a mínim una plataforma col·laborativa específica; aquesta funcionalitat podrà ser objecte de valoració automàtica en els termes del PCAP.

12. CONTINGUT MÍNIM DE L'OFERTA TÈCNICA I BRIEFING HOSPITALITY

L'oferta tècnica s'estructurarà en 45 punts subjectes a judici de valor i 20 punts de qualitat objectiva mitjançant criteris automàtics. Els 35 punts corresponents a l'oferta econòmica es regulen al Plec de Condicions Econòmiques i al PCAP. Els criteris tècnics i la seva descripció s'estableixen a continuació per garantir la plena correspondència entre documents.

12.0. Requisits formals de presentació de la documentació subjecta a judici de valor

Les empreses licitadores hauran de presentar la documentació corresponent als criteris A1, A2 i A3 en un únic document, degudament ordenat i identificat per apartats. La documentació haurà de permetre una valoració homogènia de totes les ofertes i haurà de complir, com a mínim, les condicions formals següents:

- **Format i suport:** document en format PDF, mida A4. S'admet l'orientació horitzontal exclusivament quan sigui necessària per a taules, esquemes, diagrames o peces visuals; cada pàgina computarà com una pàgina independentment de l'orientació.
- **Tipografia i interlineat:** el text explicatiu haurà d'utilitzar lletra Calibri 11 i interlineat simple (1,0). Els títols i subtítols podran utilitzar una mida superior, sense excedir 14 punts. Les peces creatives, mock-ups i exemples visuals podran emprar la tipografia pròpia de la proposta, sempre que siguin plenament llegibles.
- **Marges i paginació:** marges mínims de 2 cm i numeració correlativa de les pàgines. No s'admetrà la reducció artificial de marges, cos de lletra o interlineat amb l'objectiu d'incrementar el contingut dins del límit establert.
- **Estructura:** el document haurà de mantenir l'ordre A1 — Cas pràctic Hospitality; A2 — Metodologia de servei, flux de treball i coordinació; i A3 — Innovació, eficiència, gestió d'actius i ús responsable d'IA, amb identificació clara de cada apartat i subapartat.

Criteri	Contingut	Extensió màxima
A1	Cas pràctic Hospitality	20 pàgines
A2	Metodologia de servei, flux de treball i coordinació	8 pàgines
A3	Innovació, eficiència, gestió d'actius i ús responsable d'IA	5 pàgines
TOTAL DOCUMENTACIÓ VALORABLE A1+A2+A3		33 pàgines

- **Separació entre sobres:** la documentació subjecta a judici de valor no podrà incloure preus, percentatges de baixa ni compromisos quantitatius que permetin conèixer anticipadament el contingut de l'oferta econòmica o dels criteris automàtics B1 a B4 i C1 a C5.
- **Informació no valorable:** no es valorarà informació allotjada exclusivament en enllaços externs, repositoris, vídeos o altres suports no incorporats al document, llevat que el plec ho requereixi expressament.
- **Excés d'extensió:** si un apartat supera el nombre màxim de pàgines establert, només es valorarà el contingut inclòs dins del límit màxim corresponent; les pàgines excedents no seran objecte de lectura ni de puntuació.
- **Annexos:** no s'admetran annexos exempts de còmput per als criteris A1, A2 i A3. Qualsevol annex, taula, esquema, gràfic, mock-up, peça, captura, exemple o altra documentació que contingui informació destinada a ser valorada computarà dins del límit màxim del criteri al qual correspongui. La documentació acreditativa vinculada exclusivament als criteris automàtics o a la solvència s'haurà d'incorporar al sobre o apartat que correspongui i no serà objecte de valoració en aquest bloc.
- **Còmput de la portada i l'índex:** la portada i l'índex no computaran dins dels límits anteriors, sempre que conjuntament no excedeixin 2 pàgines i no incorporin contingut substantiu susceptible de valoració.

Els límits anteriors tenen caràcter màxim i no obliguen les empreses licitadores a esgotar l'extensió prevista. Es valorarà la claredat, concreció, aplicabilitat i qualitat de la informació aportada, no el volum de documentació.

12.1. Cas pràctic: evolució del producte Hospitality (30 punts)

Les empreses licitadores presentaran una proposta conceptual de reposicionament i evolució del producte Hospitality de Fira Circuit, orientada a incrementar-ne l'atractiu, la diferenciació, el valor percebut i la capacitat de captació de clients corporatius i premium.

- ✓ A1.1. Comprensió i diagnosi: Qualitat de la diagnosi de la situació actual del producte Hospitality; identificació del públic objectiu, debilitats i oportunitats; i comprensió del context de negoci i de la proposta de valor actual.
- ✓ A1.2. Estratègia i posicionament: Coherència i solidesa de la proposta de valor, territori de marca, posicionament diferencial i missatges clau, i adequació al públic corporatiu i premium.
- ✓ A1.3. Concepte creatiu i diferenciació: Qualitat, originalitat i capacitat diferencial de la idea central, el claim i el racional creatiu, i adequació als objectius del briefing.
- ✓ A1.4. Qualitat visual i coherència de marca: Qualitat del look & feel i del key visual, consistència gràfica i capacitat d'encaix amb la marca Circuit de Barcelona-Catalunya / Fira Circuit i, quan correspongui, amb les marques vinculades.
- ✓ A1.5. Capacitat de declinació multicanal: Capacitat del concepte per adaptar-se coherentment a un mínim de tres aplicacions representatives en canals o suports diferents, mantenint llegibilitat, impacte i consistència.
- ✓ A1.6. Orientació comercial: Capacitat de la proposta per reforçar el valor percebut del producte Hospitality i contribuir a la captació de clients corporatius i premium.

La proposta A1 es limitarà a un màxim de 20 pàgines, amb el còmput, format i règim d'annexos establerts a l'apartat 12.0. No es requeriran arts finals executables ni desenvolupaments complets que excedeixin el necessari per valorar la capacitat creativa.

12.2. Metodologia de servei, flux de treball i coordinació (10 punts)

- ✓ Es valorarà: Adequació del model de relació amb Fira Circuit i de l'organització dels recursos; flux de briefing i prioritització; control de qualitat i revisions; gestió d'urgències i disponibilitat reforçada durant grans esdeveniments o moments crítics de campanya; seguiment del pressupost i dels lliurables; i gestió d'arxius i transferència de coneixement.
- ✓ La memòria haurà de concretar, com a mínim, el flux de briefing i prioritització, el control de qualitat i la gestió de revisions.
- ✓ La memòria haurà de descriure la gestió d'urgències i la disponibilitat reforçada durant grans esdeveniments o moments crítics de campanya, sense valorar en aquest apartat reduccions quantitatives dels terminis mínims que siguin objecte de criteri automàtic.
- ✓ La memòria haurà de descriure el sistema de seguiment del pressupost, dels encàrrecs i dels lliurables.
- ✓ La memòria haurà de descriure la gestió d'arxius i la transferència de coneixement, sense valorar en aquest apartat la simple disponibilitat del repositori digital col·laboratiu que sigui objecte de criteri automàtic.

12.3. Innovació, eficiència, gestió d'actius i ús responsable d'IA (5 punts)

Es valorarà: Qualitat i aplicabilitat de les eines i metodologies proposades per millorar l'eficiència creativa i productiva, incloent, si escau, automatització, IA generativa, gestió d'actius digitals i garanties de propietat intel·lectual, seguretat i confidencialitat.

Subcriteri	Descripció	Punts
A1.1. Comprensió i diagnosi	Qualitat de la diagnosi de la situació actual del producte Hospitality; identificació del públic objectiu, debilitats i oportunitats; i comprensió del context de negoci i de la proposta de valor actual.	4
A1.2. Estratègia i posicionament	Coherència i solidesa de la proposta de valor, territori de marca, posicionament diferencial i missatges clau, i adequació al públic corporatiu i premium.	7
A1.3. Concepte creatiu i diferenciació	Qualitat, originalitat i capacitat diferencial de la idea central, el claim i el racional creatiu, i adequació als objectius del briefing.	7
A1.4. Qualitat visual i coherència de marca	Qualitat del look & feel i del key visual, consistència gràfica i capacitat d'encaix amb la marca Circuit de Barcelona-Catalunya / Fira Circuit i, quan correspongui, amb les marques vinculades.	5
A1.5. Capacitat de declinació multicanal	Capacitat del concepte per adaptar-se coherentment a un mínim de tres aplicacions representatives en canals o suports diferents, mantenint llegibilitat, impacte i consistència.	4
A1.6. Orientació comercial	Capacitat de la proposta per reforçar el valor percebut del producte Hospitality i contribuir a la captació de clients corporatius i premium.	3
A2. Metodologia de servei, flux de treball i coordinació	Adequació del model de relació amb Fira Circuit i de l'organització dels recursos; flux de briefing i priorització; control de qualitat i revisions; gestió d'urgències i disponibilitat reforçada durant grans esdeveniments o moments crítics de campanya; seguiment del pressupost i dels lliurables; i gestió d'arxius i transferència de coneixement.	10
A3. Innovació, eficiència, gestió d'actius i ús responsable d'IA	Qualitat i aplicabilitat de les eines i metodologies proposades per millorar l'eficiència creativa i productiva, incloent, si escau, automatització, IA generativa, gestió d'actius digitals i garanties de propietat intel·lectual, seguretat i confidencialitat.	5
TOTAL		45

Per evitar dobles valoracions, als subcriteris A2 i A3 no es puntuaran les reduccions quantitatives dels temps de resposta o de lliurament, ni la simple disponibilitat del repositori digital col·laboratiu, quan aquests aspectes siguin objecte dels criteris automàtics C2, C3 i C4. En els criteris subjectes a judici de valor es valorarà exclusivament la qualitat de la metodologia, l'organització i l'enfocament proposats.

La denominació, la descripció i la puntuació dels subcriteris A1.1 a A3 i dels criteris automàtics C1 a C5 s'han de correspondre amb el document de Criteris d'Adjudicació. Les magnituds i els coeficients de ponderació econòmica B1 a B4 es recullen al Plec de Condicions Econòmiques i al document de Criteris d'Adjudicació.

12.4. Qualitat objectiva del servei — criteris automàtics (20 punts)

Els paràmetres tècnics següents podran ser objecte de valoració automàtica en els termes que estableixi el PCAP. Les regles següents es corresponen amb les establertes al document de Criteris d'Adjudicació:

Subcriteri automàtic	Regla de valoració	Punts màx.
C1. Experiència específica de l'equip clau	Es valoraran projectes acreditats en grans esdeveniments, fires, esport, entreteniment, hospitality o marques de projecció internacional executats per les persones proposades com a Responsable de compte / estratègia i Director/a creatiu/va. 1 punt per projecte acreditat, amb un màxim de 4 punts per cadascun dels dos perfils. Un mateix projecte només computarà una vegada per perfil.	8
C2. Temps de resposta urgent	Sobre el màxim obligatori d'1 hora establert al PPT: 1 hora = 0 punts; fins a 45 minuts = 2 punts; fins a 30 minuts = 4 punts. Es valora el temps d'activació i confirmació del pla de treball, no el lliurament complet de la peça.	4
C3. Termini d'adaptació simple	Sobre el màxim obligatori d'1 dia laborable establert al PPT: 1 dia laborable = 0 punts; fins a 6 hores laborables = 1 punt; fins a 4 hores laborables = 2 punts; fins a 2 hores laborables = 3 punts.	3
C4. Repositori digital col·laboratiu	3 punts si s'ofereix, sense cost addicional, un entorn digital compartit durant tota la vigència amb permisos d'usuari, historial automàtic de versions i accés de Fira Circuit. El repositori ordenat i la nomenclatura de fitxers exigits al PPT són obligacions mínimes i no es puntuen.	3
C5. Sessions estratègiques addicionals	1 punt per cada sessió anual addicional de tendències, innovació o oportunitats creatives, d'una durada mínima de 2 hores, addicional a les reunions ordinàries de seguiment i sense cost addicional. Màxim: 2 sessions anuals i 2 punts.	2
TOTAL		20

Els compromisos ofertats en els criteris C2, C3, C4 i C5 tindran caràcter contractual durant tota la vigència del contracte i no podran comportar cap cost addicional per a Fira Circuit.

Els materials presentats per les empreses licitadores no adjudicatàries no podran ser utilitzats per Fira Circuit. La proposta de l'adjudicatari només podrà ser utilitzada en els termes derivats del contracte formalitzat.