C. Prévia n.º 09/2020

CADERNO DE ENCARGOS
Consulta Prévia

Aquisição de serviços de conceção, planeamento e aquisição de meios para uma campanha de promoção de boas práticas para acolhimento dos turistas

Capítulo I
Disposições gerais

Cláusula 1.ª
Objeto

O presente procedimento tem por objeto a contratação de serviços de conceção, planeamento e aquisição de meios para uma campanha de promoção de boas práticas para acolhimento dos turistas, com classificação CPV – 79341400-0, designada de serviços de Campanha Publicitárias, de acordo com as condições definidas neste Caderno de Encargos, em conformidade com os artigos 112.º e seguintes do Código dos Contratos Públicos (CCP, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 18/2008 de 29 de janeiro, na sua redação em vigor) e está integrado na candidatura "SustenTUR Algarve – preservação do património natural e cultural da região do Algarve", ao Programa VALORIZAR - Linha de Apoio à Sustentabilidade, do Turismo de Portugal.

Cláusula 2.ª
Entidade adjudicante e órgão que tomou a decisão de contratar

1. A entidade adjudicante é a Região de Turismo do Algarve (RTA), pessoa coletiva n.º 508 789 230, com sede na Av. 5 de Outubro, n.º 18/20, 8000 – 076 Faro, tel.: 289 800 400, fax.: 289800489, com o e-mail turismodoalgarve@turismodoalgarve.pt, sítio institucional www.turismodoalgarve.pt, que utiliza plataforma eletrónica de contratação pública acinGov acessível através do sítio eletrónico www.acingov.pt.
2. A decisão de contratar foi tomada por despacho do Presidente da Comissão Executiva, de 01/09/2020, no uso das competências que lhe foram delegadas por deliberação da Comissão Executiva, de 01/08/2018.
3. As peças do procedimento serão disponibilizadas pela Entidade Adjudicante, de forma gratuita na plataforma eletrónica de contratação pública acinGov acessível através do sítio eletrónico www.acingov.pt, a qual será utilizada para todas as comunicações no âmbito do procedimento, nos termos dos artigos 467.º a 469.º do CCP.

Cláusula 3.ª

Preço Base

1. O preço base do procedimento é de **30.480€ (trinta mil e quatrocentos e oitenta euros)**, acrescido de IVA à taxa legal em vigor.
2. O preço base é o preço máximo que a entidade adjudicante se dispõe a pagar pela execução de todas as prestações que constituem o seu objeto.
3. O preço referido no n.º 1 inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída à entidade adjudicante, bem como quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes ou licenças.

Cláusula 4.ª

Esclarecimentos, retificação e alteração das peças procedimentais

1. Os esclarecimentos necessários à boa compreensão e interpretação das peças do procedimento devem ser solicitados pelo interessado, por escrito, no primeiro terço do prazo fixado para a apresentação da proposta.
2. Os esclarecimentos a que se refere o número anterior são prestados por escrito, pela Entidade Adjudicante, até ao dia anterior ao termo do prazo fixado para a apresentação da proposta.
3. Independentemente do disposto nos números anteriores, o órgão competente para a decisão de contratar pode, oficiosamente, proceder à retificação de erros ou omissões das peças do procedimento, bem como prestar esclarecimentos, no mesmo prazo referido no n.º 1, ou até ao final do prazo de entrega de candidaturas ou propostas, devendo, neste caso, atender-se ao disposto no artigo 64.º do CCP.
4. Os esclarecimentos, as retificações e as listas com a identificação dos erros e omissões detetados pelos interessados serão disponibilizados na plataforma eletrónica utilizada pela entidade adjudicante e juntos às peças do procedimento, sendo todos os interessados imediatamente notificados desse facto.
5. Os esclarecimentos e retificações fazem parte integrante das peças do procedimento a que dizem respeito e prevalecem sobre esta em caso de divergência.

Cláusula 5.ª

Concorrentes e impedimentos

1. É concorrente a entidade, pessoa singular ou coletiva, que participe no procedimento de formação de um contrato, mediante a apresentação de uma proposta.
2. Não podem ser candidatos, concorrentes ou integrar qualquer agrupamento, as entidades que se encontrem nalguma das situações previstas no artigo 55.º do CCP.

Cláusula 6.ª

Noção de proposta e prazo de entrega

1. A proposta é a declaração pela qual o concorrente manifesta à entidade adjudicante a sua vontade de contratar e o modo pelo qual se dispõe a fazê-lo.
2. A proposta deve ser entregue até às 23h59 do **décimo** dia a contar da data de colocação do ofício na plataforma eletrónica, enviando esta notificação ao concorrente desse facto.

Cláusula 7.ª

Documentos da proposta

1. A proposta é constituída pelos seguintes documentos:
   a. Certidão Permanente ou respetivo código de acesso (Formato PDF);
   b. Declaração do concorrente de aceitação do conteúdo do caderno de encargos, elaborada em conformidade com o modelo constante do anexo I ao presente Caderno de Encargos, a qual deverá ser assinada pelo concorrente ou por representante que tenha poderes para obrigar;
   c. Documentos que, em função do objeto do contrato a celebrar e dos aspetos da sua execução submetidos à concorrência pelo caderno de encargos, contenham os atributos da proposta, de acordo com os quais o concorrente se dispõe a contratar:
      i. Proposta criativa: apresentação do guião *para 1 dos spots* (cenário(s), protagonistas e *copy*) e exemplo de imagem e *copy* para *post* de Facebook);
      ii. Proposta de plano de meios detalhado incluindo, nomeadamente os meios selecionados, tipo de suporte/formato; número de inserções; calendarização das ações e no caso da campanha de *social media advertising* o *output* médio estimado (número de visualizações por canal);
      iii. Preço total, o qual não poderá exceder o preço base fixado na cláusula 3.ª, acrescido do IVA à taxa legal aplicável e deverá incluir todas as despesas decorrentes do fornecimento em apreço, nomeadamente envio de maquetas, deslocações, refeições, licenças, autorizações, etc.
   d. Documentos exigidos pelo convite do procedimento que contenham os termos ou condições relativas a aspetos da execução do contrato não submetido à concorrência pelo caderno de encargos, aos quais a Entidade Adjudicante pretende que o concorrente se vincule, designadamente:
      i. Orçamento detalhado, descriminado os preços unitários das diferentes componentes da proposta, nomeadamente custo de adaptações de *layouts*, produção de suportes, aquisição de espaços publicitários, entre outros, e indicação da pessoa responsável pelo acompanhamento do serviço, respetivo contacto telefónico, bem como email e fax, para efeitos de comunicações em fase de execução de contrato.

e. Outros documentos que o concorrente apresente por os considerar indispensáveis à sua disposição em contratar.

2. Os documentos devem ser assinados pelo concorrente ou por representante que tenha poderes para o obrigar.

Cláusula 8.ª

Modo de apresentação da proposta

1. Os documentos que constituem a proposta são apresentados diretamente na plataforma eletrónica utilizada pela Entidade Adjudicante.
2. Todos os documentos terão de ser assinados eletronicamente (conforme Anexo III), mediante a utilização de certificado de **assinatura eletrónica qualificada** conforme disposto no artigo 54.º da Lei n.º 96/2015 de 17 de agosto, designadamente:
   a. Anexo I;
   b. Proposta comercial;
   c. Todos os documentos elaborados pelos concorrentes.
3. Os restantes documentos, designadamente, certidão permanente ou outras certidões emitidas por entidades terceiras, não carecem da assinatura mencionada no número 2, e serão posteriormente validadas pela Entidade Adjudicante.
4. A receção da proposta é registada com referência às respetivas data e hora, sendo entregue aos concorrentes um recibo eletrónico comprovativo dessa receção.

Cláusula 9.ª

Análise das propostas e adjudicação

As propostas são analisadas, procedendo-se, ou não, à adjudicação, de acordo com as regras estabelecidas nos artigos 70.º e seguintes do CCP.

Cláusula 10.ª

Critério de adjudicação

1. A adjudicação é feita de acordo com o critério da proposta economicamente mais vantajosa, em conformidade com o disposto na alínea a) do número 1 do artigo 74.º do CCP, sendo avaliada a melhor relação qualidade-preço, atendendo aos seguintes fatores:

   A. Conceito da campanha/ criatividade - 50%;

   Neste fator as propostas serão valoradas tendo por base a análise que recairá sobre os elementos que integram as propostas dos concorrentes, sendo avaliados a criatividade e originalidade dos diversos elementos gráficos, assim como a adequabilidade do conceito ao objetivo da campanha, sendo utilizada a seguinte grelha de avaliação:

   a. Proposta de conceito/criatividade extremamente apelativa e adequada ao objetivo – 5 pontos;

b. Proposta de conceito/criatividade muito apelativa e adequada ao objetivo – 4 pontos;
c. Proposta de conceito/criatividade apelativa e adequada ao objetivo – 3 pontos;
d. Proposta de conceito/criatividade razoavelmente apelativa e adequada ao objetivo – 2 pontos;
e. Proposta de conceito/criatividade nada apelativa e adequada ao objetivo – 1 ponto.

B. Plano de meios/ calendarização – 40%;

Neste fator será avaliada a conformidade dos meios e ações selecionados em função dos objetivos da campanha, sendo utilizada a seguinte grelha de avaliação:

a. Proposta de plano de meios, extremamente adequada ao objetivo da campanha – 5 pontos;
b. Proposta de plano de meios, muito adequada ao objetivo da campanha – 4 pontos;
c. Proposta de plano de meios, adequada ao objetivo da campanha – 3 pontos;
d. Proposta de plano de meios, razoavelmente adequada ao objetivo da campanha – 2 pontos;
e. Proposta de plano de meios, nada adequada ao objetivo da campanha – 1 ponto.

C. Preço total – 10%

Este fator é avaliado tendo em conta a seguinte fórmula:

C = 5 - [(P-0,5xPb) / (0,5xPb)]x5

Em que:

C é a pontuação da proposta;
Pb é o preço base do procedimento;
P é o preço contratual da proposta.

A pontuação máxima de **5 (cinco**) corresponde a um valor de 50% do preço base, isto é, o valor a partir do qual se considera uma proposta de preço anormalmente baixo.

A pontuação mínima de **0 (zero)** corresponde a um preço igual ao preço base.

2. A pontuação final de cada concorrente será dada pela seguinte fórmula:

   PF = (0,50*A) + (0,40*B) + (0,10*C)

3. Em caso de empate, entre duas ou mais propostas, será aplicado o seguinte critério de desempate:
   a. **1.º critério de desempate** – Será considerada vencedora a proposta que apresente uma pontuação mais elevada no fator "Conceito da campanha/ criatividade";
   b. **2.º critério de desempate** – Caso se verifique igualdade na aplicação do 1.º critério de desempate, será considerada vencedora a proposta que apresente uma pontuação mais elevada no fator "Plano de meios/ calendarização";

c. **3.º critério de desempate** - Caso se verifique igualdade na aplicação do 2.º critério de desempate, será considerada vencedora a proposta que apresente uma pontuação mais elevada no fator "preço total";

d. **4.º critério de desempate** - Caso se mantiver a igualdade na aplicação do 3.º critério de desempate, o desempate será efetuado por sorteio realizado pelo júri do procedimento na presença de um representante de cada um dos concorrentes, sendo ordenada primeiramente a proposta sorteada. Da sessão realizada para efeitos do número anterior é lavrada ata, que deve ser assinada pelo júri e pelos representantes dos concorrentes presentes. O júri do Procedimento comunica aos interessados, com a antecedência mínima de 3 (três) dias, a data, a hora e o local em que ocorrerá o sorteio, para, querendo, os mesmos nele se fazerem representar, sendo que a não comparência de todos ou de alguns dos interessados não constitui fundamento de não realização ou de adiamento do sorteio nem de exclusão das respetivas propostas.

Cláusula 11.ª

Documentos de habilitação

1. No prazo de 5 (cinco) dias úteis após a notificação da adjudicação, deverá o adjudicatário apresentar, diretamente na plataforma eletrónica utilizada pela entidade adjudicante, os documentos previstos no n.º 1 do artigo 81.º do CCP, a seguir indicados:
   a. Declaração emitida conforme modelo constante do anexo II, ao presente Caderno de Encargos;
   b. Documento comprovativo de que tem a sua situação regularizada relativamente a contribuições para a segurança social em Portugal ou respetiva autorização de consulta;
   c. Documentos comprovativos de que tem a sua situação regularizada relativamente a impostos devidos em Portugal ou respetiva autorização de consulta;
   d. Registo criminal da pessoa coletiva e dos titulares dos seus órgãos de administração, direção ou gerência em efetividade de funções.

2. Todos os documentos terão de ser assinados eletronicamente (conforme Anexo III) mediante a utilização de certificado de **assinatura eletrónica qualificada** conforme disposto no artigo 54.º da Lei n.º 96/2015 de 17 de agosto, designadamente:
   a. Anexo II;
   b. Todos os documentos elaborados pelos concorrentes;
   c. Os restantes documentos, designadamente certidões emitidas por entidades terceiras, não carecem da assinatura e serão posteriormente validadas pela Entidade Adjudicante.

3. A não apresentação dos documentos de habilitação, no prazo fixado ou no caso de não estarem redigidos em língua portuguesa ou acompanhados de tradução devidamente

legalizada, por causa imputável ao Adjudicatário, implica a caducidade da adjudicação, devendo observar-se o disposto no artigo 86.º do CCP.

Cláusula 12.ª

Obrigações Principais do Adjudicatário

Sem prejuízo de outras obrigações na legislação aplicável, no presente caderno de encargos ou nas cláusulas contratuais, da celebração do contrato decorrem para o Adjudicatário as seguintes obrigações principais:

a. Obrigação de prestação dos serviços nos termos, condições e prazos acordados;
b. Manter a situação regularizada perante a Administração Fiscal e Segurança Social;
c. Obrigação de assegurar a realização de todos os trabalhos inerentes à boa prestação do serviço em causa, e suportar os respetivos custos, nomeadamente maquetas, deslocações, refeições, licenças, autorizações;
d. Obrigação de desempenhar as suas funções em subordinação aos objetivos do serviço e na perspetiva da prossecução do interesse público;
e. Obrigação de sigilo, nos termos da cláusula seguinte;
f. Assumir todos os encargos resultantes de danos causados à Entidade Adjudicante, ou a terceiros quer pelo pessoal adstrito ao Adjudicatário, quer pelos instrumentos utilizados.

Cláusula 13.ª

Dever de sigilo

1. O Adjudicatário deve guardar sigilo sobre a informação e documentação, técnica e não técnica, comercial ou outra referente à Entidade Adjudicante, de que possa ter conhecimento ao abrigo ou em relação com a execução do contrato.
2. A informação e a documentação cobertas pelo dever de sigilo não podem ser transmitidas a terceiros, nem objeto de qualquer uso ou modo de aproveitamento que não o destinado direta e exclusivamente à execução do contrato.
3. O dever de sigilo mantém-se em vigor até ao termo do contrato a contar do cumprimento ou cessação, por qualquer causa, do contrato, sem prejuízo da sujeição subsequente a quaisquer deveres legais relativos, designadamente, à proteção de segredos comerciais ou da credibilidade, do prestígio ou da confiança devidos às pessoas coletivas.
4. Exclui-se do dever de sigilo previsto a informação e a documentação que fosse comprovadamente do domínio público à data da respetiva obtenção pelo Adjudicatário ou que este seja legalmente obrigado a revelar, por força da lei, de processo judicial ou a pedido de autoridades reguladoras ou outras entidades administrativas competentes.

Cláusula 14.ª

Direitos de autor

1. São da responsabilidade do Adjudicatário quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes registadas ou licenças e de quaisquer outros elementos necessários à execução da presente prestação de serviços.
2. Caso a Entidade Adjudicante venha a ser demandada por ter infringido qualquer dos direitos referidos no número anterior, o Adjudicatário indemniza-a de todos os danos e das despesas que, em consequência, haja de fazer e de todas as quantias que tenha de pagar seja a que título for.

Cláusula 15.ª

Propriedade Industrial

1. Todo o material produzido pelo Adjudicatário no âmbito do presente Caderno de Encargos e entregue à Entidade Adjudicante, é propriedade originária desta, ficando, em consequência, como única titular de todos os direitos de autor e conexos e de propriedade industrial inerentes aos mesmos, e, neste sentido, fica-lhe reservada a faculdade de proceder à sua utilização e/ou reprodução, total ou parcial, por si ou por intermédio de terceiros, tal como lhe foi entregue ou com modificações que entenda convenientes fazer, neste caso desde que não altere o sentido do trabalho desenvolvido, nem as conclusões apresentadas, pela forma que melhor entender, em qualquer local, independentemente do suporte adotado, não podendo a empresa adjudicatária fazer uso do mesmo fora do objeto do projeto, sem o consentimento expresso, por escrito, da Entidade Adjudicante.
2. Sem prejuízo do número anterior, o Adjudicatário conservará os conhecimentos, a experiência, as técnicas e metodologias adquiridas durante a presente prestação de serviços, podendo fazer uso das mesmas no desenvolvimento da sua atividade, ficando-lhe, no entanto, vedado utilizar ou ceder a terceiros quaisquer elementos desenvolvidos no âmbito deste projeto sem prévia autorização escrita da Entidade Adjudicante.
3. O Adjudicatário responde pelos danos que a Entidade Adjudicante cause a terceiros, por violação dos direitos a que aludem os números anteriores.

Cláusula 16.ª

Preço contratual

1. Pela prestação dos serviços objeto do contrato, bem como pelo cumprimento das demais obrigações constantes do presente caderno de encargos a RTA pagará ao Adjudicatário, o preço constante da proposta adjudicada, acrescido de IVA à taxa legal em vigor, se este for legalmente devido, o qual não poderá exceder o preço base.
2. O preço referido no número anterior inclui todos os custos, encargos e despesas cuja responsabilidade não esteja expressamente atribuída à RTA, incluindo as despesas de

transporte, de manutenção de meios materiais, bem como quaisquer encargos decorrentes da utilização de marcas registadas, patentes ou licenças.

Cláusula 17.ª

Condições de Pagamento

1. As quantias devidas pela RTA, nos termos da cláusula anterior, serão pagas, no prazo máximo de 60 dias a receção das respetivas faturas, as quais têm de cumprir e estar conformes com os requisitos exigidos pela Autoridade Tributária, de acordo com as seguintes condições:
   a. Valor total – após conclusão do serviço (entrega do relatório da campanha); ou
   b. Pagamentos parciais – a realizar em função dos serviços efetivamente prestados até à data, no valor correspondente aos custos unitários apresentados na proposta de orçamento detalhada.
2. Em caso de discordância por parte da RTA quanto aos valores indicados nas faturas, deve esta comunicar ao Adjudicatário, por escrito, os respetivos fundamentos, ficando o Adjudicatário obrigado a prestar os esclarecimentos necessários ou proceder à emissão de nova fatura corrigida.
3. Desde que devidamente emitidas e observando o disposto no número 1, as faturas são pagas através de transferência bancária.

Cláusula 18.ª

Penalidades contratuais

1. Pelo incumprimento de obrigações emergentes do contrato, a Entidade Adjudicante terá do Adjudicatário o pagamento de uma pena pecuniária, de montante a fixar em função da gravidade do incumprimento, nos seguintes termos:
   a) Pelo incumprimento das datas e prazos estabelecidos para o fornecimento objeto do contrato, será aplicada uma penalidade de 20% do preço contratual, a descontar no valor total do serviço;
2. As penalidades pecuniárias previstas na presente cláusula não obstam a que a Entidade Adjudicante exija uma indemnização pelo dano excedente.

Cláusula 19.ª

Força maior

1. Não podem ser impostas penalidades ao prestador de serviços, nem é havida como incumprimento, a não realização pontual das prestações contratuais a cargo de qualquer das partes que resulte de caso de força maior, entendendo-se como tal as circunstâncias que impossibilitem a respetiva realização, alheias à vontade da parte afetada, que ela não

pudesse conhecer ou prever à data da celebração do contrato e cujos efeitos não lhe fosse razoavelmente exigível contornar ou evitar.

2. Podem constituir força maior, se se verificarem os requisitos do número anterior, designadamente, tremores de terra, inundações, incêndios, epidemias, sabotagens, greves, embargos ou bloqueios internacionais, atos de guerra ou terrorismo, motins e determinações governamentais ou administrativas injuntivas.
3. Não constituem força maior, designadamente:
   a) Circunstâncias que não constituam força maior para os subcontratados do prestador de serviços na parte em que intervenham;
   b) Greves ou conflitos laborais limitados às sociedades do prestador de serviços ou a grupos de sociedades em que este se integre, bem como a sociedades ou grupos de sociedades dos seus subcontratados;
   c) Determinações governamentais, administrativas, ou judiciais de natureza sancionatória ou de outra forma resultantes do incumprimento por parte do prestador de serviços de deveres ou ónus que sobre ele recaiam;
   d) Manifestações populares devidas ao incumprimento pelo prestador do serviço de normas legais;
   e) Incêndios ou inundações com origem nas instalações do prestador de serviços cuja causa, propagação ou proporções se devam a culpa ou negligência sua ou ao incumprimento de normas de segurança;
   f) Avarias nos sistemas informáticos ou mecânicos do prestador de serviços não devidas a sabotagem;
   g) Eventos que estejam ou devam estar cobertos por seguros.
4. A ocorrência de circunstâncias que possam consubstanciar casos de força maior deve ser imediatamente comunicada à outra parte, com indicação dos fundamentos e prazo previsível para restabelecer a situação, devendo esta ser reconhecida expressamente pela outra parte.
5. A força maior determina a prorrogação dos prazos de cumprimento das obrigações contratuais afetadas pelo período de tempo comprovadamente correspondente ao impedimento resultante da força maior.

Cláusula 20.ª

Resolução por parte da Entidade Adjudicante

1. Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução do contrato previstos na lei, a RTA pode resolver o contrato, a título sancionatório, no caso de o Adjudicatário violar de forma grave ou reiterada qualquer das obrigações que lhe incumbem, designadamente nos seguintes casos:

a. Atraso, total ou parcial, na execução do serviço objeto do contrato superior aos prazos definidos no presente Caderno de Encargos ou declaração escrita do Adjudicatário de que o atraso em determinada entrega excederá esses prazos;
b. Não cumprimento das obrigações decorrentes do serviço.

2. O direito de resolução referido no número anterior exerce-se mediante declaração enviada ao Adjudicatário e não determina a repetição das prestações já realizadas, a menos que tal seja determinado pela Entidade Adjudicante.

Cláusula 21.ª

Resolução Sancionatória

Sem prejuízo de outras situações de grave violação das obrigações assumidas pelo Adjudicatário especialmente previstas no contrato, a Entidade Adjudicante pode resolver o contrato a título sancionatório nos termos do artigo 333.º do CCP.

Cláusula 22.ª

Resolução por parte do Adjudicatário

1. Sem prejuízo de outros fundamentos de resolução previstos na lei, o Adjudicatário pode resolver o contrato quando:
   a. Qualquer montante que lhe seja devido esteja em dívida há mais de 66 dias ou o montante em dívida exceda 60% do preço contratual, excluindo juros;
2. O direito de resolução é exercido por via judicial ou mediamente recurso a arbitragem.
3. Nos casos previstos na alínea a) do número 1, o direito de resolução pode ser exercido mediante declaração enviada à Entidade adjudicante, que produz efeitos após 30 dias após a receção dessa declaração, salvo se este último cumprir as obrigações em atraso nesse prazo, acrescidas dos juros de mora a que houver lugar.
4. A resolução do contrato nos termos dos números anteriores não determina a repetição das prestações já realizadas pelo Adjudicatário, cessando, porém todas as obrigações deste ao abrigo do contrato, com exceção daquelas a que se refere o artigo 444.º do CCP.

Cláusula 23.ª

Foro competente

Para resolução de todos os litígios decorrentes do contrato fica estipulada a competência do Tribunal Administrativo e Fiscal de Loulé, com expressa renúncia a qualquer outro.

Cláusula 24.ª

Gestor do Contrato

A RTA designará um gestor do contrato nos termos do artigo 290.º – A do CCP, com a função de acompanhar permanentemente a execução do respetivo contrato, e cuja identificação

constará do clausulado do contrato a celebrar, conforme disposto na alínea i) do artigo 96.º do CCP.

Cláusula 25.ª

Proteção do Adjudicatário pela Entidade Adjudicante

A Entidade Adjudicante deve exercer as respetivas competências de autoridade a fim de reprimir ou prevenir a violação por terceiros de vínculos jurídico-administrativos de que resulte a impossibilidade ou grave dificuldade da boa execução do contrato pelo Adjudicatário e da obtenção por este das receitas a que tenha direito.

Cláusula 26.ª

Redução do contrato a escrito

De acordo com o artigo 94.º do CCP, o contrato será reduzido a escrito.

Cláusula 27.ª

Contrato

1. O contrato é composto pelo respetivo clausulado contratual e os seus anexos.
2. O contrato a celebrar integra ainda os seguintes elementos:
   a. O presente caderno de encargos;
   b. A proposta adjudicada;
   c. Os esclarecimentos sobre a proposta adjudicada prestados pelo Adjudicatário.
3. Em caso de divergência entre os documentos referidos no número anterior, a respetiva prevalência é determinada pela ordem pela qual aí são indicados.

Cláusula 28.ª

Vigência do Contrato

O contrato entra em vigor na data da sua celebração vigorará até à conclusão do trabalho, nos termos da cláusula 37.º.

Cláusula 29.ª

Identificação do órgão de recurso administrativo e prazo

1. O órgão de recurso administrativo do presente procedimento é o Presidente da Comissão Executiva da Região de Turismo do Algarve.
2. O prazo para interposição de recurso é de 10 dias.

Cláusula 30.ª

Subcontratação e cessão da posição contratual

A subcontratação pelo Adjudicatário e a cessação da posição contratual por qualquer das partes depende da autorização da outra, nos termos do Código dos Contratos Públicos.

Cláusula 31.ª

Cessão da posição contratual por incumprimento do cocontratante

1. Em caso de incumprimento, pelo cocontratante, das suas obrigações, que reúna os pressupostos para a resolução do contrato, o cocontratante ceda a sua posição contratual ao concorrente do procedimento pré-contratual na sequência do qual foi celebrado o contrato em execução, que venha a ser indicado pelo contraente público, pela ordem sequencial daquele procedimento.
2. Para o efeito previsto na parte final do número anterior, o contraente público interpela, gradual e sequencialmente, os concorrentes que participaram no procedimento pré-contratual original, de acordo com a respetiva classificação final, a fim de concluir um novo contrato para a adjudicação da conclusão dos trabalhos.
3. A execução do contrato ocorre nas mesmas condições já propostas pelo cedente no procedimento pré-contratual original.
4. A cessão da posição contratual opera por mero efeito de ato do contraente público, sendo eficaz a partir da data por este indicada.
5. Os direitos e obrigações do cocontratante, desde que constituídos em data anterior à da notificação do ato referido no número anterior, transmitem-se automaticamente para o cessionário na data de produção de efeitos daquele ato, sem que este a tal se possa opor.
6. As obrigações assumidas pelo cocontratante depois da notificação referida no n.º 4 apenas vinculam a entidade cessionária quando este assim o declare, após a cessão.
7. A caução e as garantias prestadas pelo cocontratante inicial são objeto de redução na proporção do valor das prestações efetivamente executadas e são liberadas seis meses após a data da cessão, ou, no caso de existirem obrigações de garantia, após o final dos respetivos prazos, mediante comunicação dirigida pelo contraente público aos respetivos depositários ou emitentes.
8. A posição contratual do cocontratante nos subcontratos por si celebrados transmite-se automaticamente para a entidade cessionária, salvo em caso de recusa por parte desta.

Cláusula 32.ª

Comunicações e notificações

1. Sem prejuízo de poderem ser acordadas outras regras quanto às notificações e comunicações entre as partes, estas devem ser dirigidas, nos termos do CCP, para o domicílio ou sede contratual de cada uma, identificados no contrato.
2. Qualquer alteração das informações de contato constantes do contrato deve ser comunicada à outra parte.
3. As comunicações na fase de execução do contrato serão efetuadas nos termos do número 2 do artigo 468.º do CCP.

Cláusula 33.ª

Contagem dos prazos

1. Salvo quando dito expressamente que se trata de dias úteis, os prazos previstos no contrato são contínuos, correndo em sábados, domingos e dias feriados.
2. A contagem dos prazos na fase de execução dos contratos obedece ao disposto no artigo 471.º do CCP.

Cláusula 34.ª

Legislação aplicável

O contrato é regulado pela legislação portuguesa.

Capítulo II

Cláusulas Técnicas

Cláusula 35.ª

Enquadramento

1. No âmbito da candidatura "SustenTUR Algarve – preservação do património natural e cultural da região do Algarve", ao Programa VALORIZAR - Linha de Apoio à Sustentabilidade, do Turismo de Portugal pretende-se realizar uma campanha de promoção de boas práticas para acolhimento dos turistas.
2. Os serviços de conceção, planeamento e aquisição de meios para a referida campanha deverão ter em conta as seguintes orientações:
   a) Objetivo: sensibilizar a opinião pública para a importância da atividade turística na região e sensibilizar para o contributo do turismo para o desenvolvimento regional e qualidade de vida dos residentes dando visibilidade ao tema, reforçando as habituais atitudes e comportamentos considerados "boas-práticas" pelos residentes no acolhimento aos visitantes e turistas. A tolerância para com o turista, o bom acolhimento e hospitalidade são o mote desta campanha.
   b) Destinatários: a campanha deverá responder às diferentes necessidades e motivações do público-alvo: população residente no Algarve;
   c) Conceito Criativo: deve seguir o conceito criativo da campanha desenvolvida em 2019 – "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" (Anexo IV);
   d) Imagem: Devem ser captadas imagens de pessoas locais (características e carismáticas da região), de diferentes faixas etárias, a sorrir (na interação/ acolhimento a turistas), em diversos contextos reais, como por exemplo: um vendedor de peixe na sua banca no mercado; uma senhora a amassar o pão ou a fazer doces típicos da região; uma senhora mais idosa numa janela típica algarvia; um(a) senhor(a) de uma loja de artesanato típico da região, ou artesão no seu atelier de artesanato (empreita, caldeireiro…) aberto ao público, etc. Não deverão ser utilizadas

imagens explícitas de profissionais de turismo (como um rececionista de hotel; agente de animação turística; empregado de mesa de restaurante, etc.);

e) Mensagem: A mensagem a transmitir deverá ser adequada ao conceito criativo da campanha, sendo que deverão ser criadas novos *storytellings*, com novos "personagens", diferentes dos utilizados na campanha realizada em 2019, cujos vídeos podem ser visualizados no canal Visitalgarve no Youtube, em: https://www.youtube.com/playlist?list=PLSsMxqnajQ5w2ONADQRsUmyjmthLe81i1.
A mensagem deverá transmitir uma região alegre, com diversidade na oferta e segura (deverá ter-se um especial cuidado, no atual contexto, transmitindo simpatia, proximidade e acolhimento caloroso, com o devido distanciamento social, mas não demasiado explícito).

Cláusula 36.ª

Especificações técnicas

O adjudicatário deverá assegurar a realização dos seguintes serviços:

1. **Produção fotográfica e vídeo**

a) Produção de 5 spots até 14 segundos e um vídeo até um máximo de 1m:45s, adequados à mensagem e conceito criativo;

b) Produção de, no mínimo, 50 fotografias para utilização nos diversos suportes da campanha, designadamente redes sociais, publicidade exterior de grande formato (cartazes, outdoors, mupies, autocarros, etc.);

c) As imagens (fotografia e vídeo) deverão ser facilmente reconhecidas como pertencendo à região do Algarve e não de qualquer outro destino turístico (deverão ser privilegiados planos mais abertos, de forma a mostrar a envolvente). Devem ser imagens fortes e vivenciadas, emocionais e tocar nos sentidos e com recurso a residentes no Algarve, podendo a representação dos turistas ser feita através do recurso a figurantes contratados, que deverão abranger diferentes faixas etárias, desde crianças a séniores (com obrigação de obtenção da respetiva autorização para utilização da respetiva imagem por parte da Entidade Adjudicante, no âmbito da presente campanha e noutros suportes de comunicação do destino);

d) A produção fotográfica deverá incluir o fornecimento dos seguintes serviços: Direção artística do photo shoot; preparação do photo shoot; casting – seleção de figurantes; guarda-roupa, acessórios, make-up; cenários (styling, seleção dos locais do photo shot; produção, tratamento de imagem e pós-produção. As imagens deverão ser entregues devidamente editadas e identificadas, com uma resolução mínima de 300 DPI, em três resoluções – baixa (para divulgação nos meios online) e média, em

formato JPEG e resolução alta, em formato JPEG e TIFF, no mínimo com 100/200mb (para impressão em grandes formatos – stands, outdoors…);

e) A produção vídeo deverá incluir necessariamente os seguintes serviços: pré-produção; realização (coordenação de produção e elaboração de guião criativo) que deverá ser previamente aprovado pela entidade adjudicante; captação de imagens; *casting* e seleção de "figurantes" e residentes no Algarve; locução/áudio (locução e captação de som); banda sonora (incluir banda sonora e música de livraria); legendagem/grafismo; edição e pós-produção vídeo; Entrega dos brutos (imagens captadas) em formato profissional; entrega dos masters em formato profissional e respetivos brutos;

f) Entrega dos vídeos nos seguintes formatos (que deverá incluir necessariamente a resolução mínima FullHD 1920x1080, e adaptados para inserção nas redes sociais da Entidade Adjudicante – Facebook, Instagram/IGTV e Youtube):
   i. Versão longa (com a compilação de imagens dos 5 spots); formatos: 16:9; 9:16 (1 versão com legendas e 1 versão sem legendas);
   ii. Spots 14'': 16:9; 9:16 e 4:5;

2. <u>Conceção da imagem/ criatividade</u>

a) Adaptação da criatividade aos diversos meios/ suportes incluídos no plano de meios e contratados pelo Prestador de Serviços;

b) Adaptação da criatividade para os meios de divulgação próprios da Entidade Adjudicante (produção dos suportes a cargo da Entidade Adjudicante), designadamente:
   i. Rede de expositores nos postos de turismo: expositores exteriores nos postos de turismo (formato: A2 (42x59,4 cm);
   ii. Rede de outdoors (formato: 8x3 m);
   iii. Guia Algarve (formato A5).

c) Entrega das artes finais, em suporte digital, de todas as peças promocionais produzidas no âmbito da campanha, ficando a Entidade Adjudicante titular dos direitos de utilização das mesmas;

d) A proposta gráfica da campanha deverá respeitar os manuais de normas das marcas Algarve e Turismo de Portugal (Anexo V).

3. <u>Desenvolvimento de execução de um plano de meios/ações</u>

a) Desenvolvimento e execução de um plano de meios/ações, com meios e ações diferenciadas de acordo com o público-alvo, que garanta a abrangência territorial da região e que seja ajustado à estratégia definida;

b) Deverá ser dado um especial enfoque no *Social Media Advertising* (designadamente *posts* e *stories* patrocinados, anúncios no Facebook, Instagram e Youtube e *displays* em *sites* direcionados para o público-alvo);
c) Poderão ser adquiridos espaços em suportes *outdoor* e *mupies*, para além da utilização da rede da entidade adjudicante;
d) A execução/contratação do plano de meios não deverá ser inferior a 50% do valor total da proposta;
e) Entre 60 e 80% do valor total do plano de meios deverá ser destinado a ações de marketing digital;
f) Envio de relatório da campanha (com relatório fotográfico, evidências de todas as inserções/ações e resultados alcançados).

Cláusula 37.ª

Prazos

1. Os serviços a prestar pelo adjudicatário devem ser executados em 2020 nos seguintes prazos:
    a. Entrega dos vídeos e fotografias previstos no n.º 1 da cláusula anterior, **até ao dia 6 de outubro**;
    b. Entrega das artes finais das peças promocionais previstas no n.º 2 da cláusula anterior, **até ao dia 6 de outubro**;
    c. A campanha decorrerá **de 15 de outubro a 15 de novembro de 2020**, devendo o respetivo relatório ser entregue no prazo de 7 dias úteis após o término da mesma.
2. Após a entrega dos materiais previstos no n.º anterior, a RTA dispõe de 5 dias úteis para apreciação e aprovação do trabalho entregue, podendo esta, durante esse prazo, solicitar as alterações ou ajustes considerados necessários.