

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS DEL CONTRACTE DE SERVEIS PER AL DESENVOLUPAMENT DE DIFERENTS ACCIONS DE PROMOCIÓ A *BENVINGUTS A PAGÈS* (BaP) I GASTROTECA.CAT 2021

NÚMERO D'EXPEDIENT 03/2021

INTRODUCCIÓ

Benvinguts a Pagès és una iniciativa coordinada per Prodeca - Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, l'Agència Catalana de Turisme (ACT) - Departament d'Empresa i Coneixement, i la Fundació Alícia, i que compta amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona, els Consells Comarcals, Consorcis i Oficines de Turisme, i altres entitats i associacions que treballen per la revalorització i la promoció del sector primari i la gastronomia a Catalunya.

Els objectius principals de la iniciativa són promoure, donar més visibilitat i valoritzar el sector primari (agricultura, ramaderia i pesca), apropar el món de la pagesia i la ciutadania, incentivar la compra-venda de productes de proximitat, i generar i reforçar les sinergies del sector primari amb la restauració i donar-los-hi visibilitat, conjuntament amb allotjaments del conjunt del territori.

Durant les quatre primeres edicions (2016-2019), l'esdeveniment s'ha celebrat durant el mes de juny i ha comptat amb la participació d'entre 150 i 200 explotacions d'arreu de Catalunya, les quals obren les portes gratuïtament als visitants. L'oferta del cap de setmana es complementa amb la inclusió de restaurants, d'allotjaments rurals que presenten ofertes especials, i amb la programació d'activitats de lleure (visites guiades, fires gastronòmiques, circuits de natura, col·loquis, concerts i exposicions, entre d'altres) a tot el país.

Tota la informació de les diferents edicions queda recollida a la pàgina web www.benvingutsapages.cat. També es fa difusió a través de les xarxes socials (FB, IG, TW i YT - obert aquest últim el 2020). Com a informació complementària al cap de setmana de visites, s'ofereixen rutes turístiques per diversos indrets de Catalunya que estaven vigents tot l'any.

L'esdeveniment ha sumat fins ara, en les quatre edicions, prop de 100.000 visitants amb una oferta anual d'entre 150 i 200 explotacions, més d'un centenar de restaurants, 200 allotjaments rurals i un centenar d'activitats complementàries

La cinquena edició del *Benvinguts a Pagès* (2020) va coincidir amb la situació d'emergència sanitària a causa de la Covid-19, fet que va provocar la cancel·lació de l'esdeveniment presencial i la creació d'una versió de *Benvinguts a Pagès* virtual, identificada com e-Bap. Els objectius del projecte seguien intactes, però es va aprofitar que l'esdeveniment es transmetia via xarxes socials per generar *engagement* oferint continguts on-line interessants als seguidors. Durant el cap de setmana (3-4 octubre) es van oferir de forma gratuïta tallers, tutorials, recorreguts virtuals, píndoles de consells sobre alimentació, entrevistes i receptes amb productes de proximitat que van obtenir 330.000 visualitzacions.

Un cop demostrat l'èxit de *Benvinguts a Pagès* tant de forma presencial com virtual, pel seu abast i impacte en la revalorització del sector, així com l'oportunitat de potenciar la vessant

turística del projecte que té com a principal valor la creació d'experiències que ofereixen els propis productors en diversificar la seva activitat, sorgeix la necessitat d'organitzar la comunicació de marca i sub-marques del projecte.

Benvinguts a Pagès (BaP) és una marca paraigua que engloba tres sub-marques: Benvinguts a Pagès, cap de setmana de visites; Benvinguts a Pagès, tot l'any; i Benvinguts a Pagès, virtual.

Informació de Benvinguts a Pagès i de les seves diferents edicions o variants.

BENVINGUTS A PAGÈS, CAP DE SETMANA DE VISITES, LA FESTA	
Nom del projecte actual	BaP cap de setmana de visites presencials a territori
DATA 6a edició: 2 i 3 d'octubre del 2021	
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Divulgar l'origen del què mengem per posar en valor la feina de la nostra pagesia i connectar els entorns rural i urbà, emplaçant al públic a visitar les explotacions i establiments turístics.
Visió	Ser una veu de referència del sector primari per donar visibilitat al conjunt del sector i incentivar la comercialització dels productes i serveis oferts pels nostres pagesos de proximitat.
Conceptes	Local, autèntic, accessible, divulgatiu, proper, entranyable, productors, proximitat, qualitat, festa, experiència.
Descripció	Jornada de portes obertes a les explotacions d'arreu de Catalunya. Els agricultors, ramaders i pescadors mostren als visitants la seva activitat i molts d'aquests ofereixen degustacions gratuïtes i venda dels seus productes. L'oferta es completa amb restaurants de proximitat i preus especials als allotjaments rurals, a més d'una programació d'activitats de lleure a tot Catalunya.
OBJECTIUS	
Objectius	• Incentivar la venda-compra d'aliments de proximitat, apropant productors i consumidors i posant en valor els atributs diferencials del conjunt d'explotacions participants. • Crear una experiència turística al voltant de les visites a les explotacions • Generar complicitats i reforçar el vincle entre els productors, restauradors i consumidors. • Posar en valor la tasca del sector primari • Apropar món urbà i pagesia
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 25 i 75 anys interessats en conèixer directament als productors d'aliments de proximitat i fidelitzar la relació consumidor-productor
Públic objectiu 2	Joves <i>millennials</i> entre 19 i 29 anys interessats en el consum responsable, la sostenibilitat i l'alimentació de qualitat
Públic objectiu 3	Nens – famílies que tenen l'oportunitat de descobrir el sector agroalimentari de proximitat
Públic objectiu 4	Productors, elaboradors, restauradors, propietaris d'allotjaments rurals i entitats que treballen al sector primari

Dr. Roux, 80
 08017 Barcelona
 Tel.: +34 93 552 48 20
 Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

MISSATGES	
Missatge principal	La festa de la pagesia catalana obre les portes de les explotacions gratuïtament
Missatges secundaris	• Els visitants podran veure com els pagesos produeixen els aliments de proximitat i comprar directament aquests productes. • Els visitants podran tastar els productes als diferents restaurants de proximitat. • Allotjaments d'arreu del territori presenten ofertes especials per a tot el cap de setmana. • Durant el cap de setmana s'organitzen activitats de lleure a tot Catalunya
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar
Participants	A aquesta edició del projecte s'hi solen inscriure cada any uns 800 agents en total, que representen la totalitat de les 42 comarques catalanes (200 explotacions, 200 restaurants, 200 allotjaments i 200 activitats complementàries).

BENVINGUTS A PAGÈS ONLINE; VIRTUAL	
Nom del projecte	e-BaP – BaP Des de Casa,
DATA:	(1a i única edició) 3 i 4 octubre 2020
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Comunicar la importància del sector pel conjunt de la ciutadania, com a proveïdors d'aliments de proximitat i qualitat, alhora que amb continguts d'entreteniment i divulgatius sobre la pagesia i l'entorn rural de Catalunya.
Visió	Ser el referent virtual del món de la pagesia per posar en valor l'origen del què mengem, la feina dels productors i les activitats turístiques relacionades amb l'entorn de proximitat.
Conceptes	Directe, accessible, dinàmic, divulgatiu, virtual, local
Descripció	Un cap de setmana de <i>Benvinguts a Pagès</i> des de casa a través de les xarxes socials del BaP (Facebook, Instagram, Twitter i Youtube). De forma gratuïta, es pot accedir tallers, tutorials, recorreguts virtuals, píndoles de consells sobre alimentació i entrevistes i receptes amb productes de proximitat.
OBJECTIUS	
Objectius	• Apropar el món de la pagesia al gran públic • Generar <i>engagement</i> oferint continguts interessants • Potenciar la compra directa • Generar coneixement de marca • Captar i fidelitzar seguidors • Digitalitzar el món de la pagesia

Dr. Roux, 80
 08017 Barcelona
 Tel.: +34 93 552 48 20
 Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

	• Establir contacte on-off
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults i nens interessats en el món rural i els aliments de proximitat i qualitat
Públic objectiu 2	Participants al BaP
MISSATGES	
Missatge principal	La festa de la pagesia des de casa
Missatges secundaris	Entrevistes de proximitat Visites virtuals a les explotacions (<i>online tours</i>) Consells del camp al plat Omple el rebost online
DISSENY	
Estil de campanya	Alegre, proper, dinàmic, amb il·lustracions
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar
Participants	Entre les dues edicions (e-BaP, 3-4 octubre i la campanya 2020 #CuidemLaNostraTaula) s'hi han inscrit 88 agents en total, que representen la majoria de les 42 comarques catalanes (60 explotacions i 28 allotjaments).

BENVINGUTS A PAGÈS, TOT L'ANY	
Nom del projecte	<i>Benvinguts a Pagès, tot l'any</i>
DATA:	1a edició: 2021 (abril a desembre 2021)
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Promoure empreses del sector primari i la seva connexió amb el món urbà a través d'una oferta ben estructurada de visites a productors agroalimentaris que disposen del segell de venda de proximitat de Catalunya.
Visió	Ser el promotor de les experiències turístiques ofertes per pagesos amb segell de proximitat de Catalunya durant tot l'any per conèixer l'origen dels aliments.
Conceptes	Autenticitat, proximitat, accessibilitat, local, experiència, diversificació, producte turístic
Descripció	Plataforma que recull l'oferta turística dels productors agroalimentaris amb segell de venda de proximitat durant tot l'any.
OBJECTIUS	
Objectius	• Oferir un complement a la activitat principal del productors locals durant tot l'any. • Promoció – màrqueting de les explotacions participants i els seus productes.

	• Desestacionalitzar el turisme més enllà dels fluxos de temporada. • Diversificar el turisme d'arreu de Catalunya. • Descentralitzar el turisme més enllà de la marca Barcelona i la costa.
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 30 i 49 anys interessats en el món rural i els aliments de proximitat
Públic objectiu 2	Joves <i>millennial</i> entre 19 i 29 anys interessats en el món rural
Públic objectiu 3	Nens
MISSATGES	
Missatge principal	Experiències turístiques diferencials que ofereixen els pagesos durant tot l'any.
Missatges secundaris	Coneix i tasta els productes de pagès de proximitat. Consumeix aquest productes durant tot l'any. Coneix els productes de cada temporada. Visita els productors locals durant tot l'any. Descobreix l'origen dels aliments a través d'una experiència.
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar, motivador i divertit
Participants:	A aquesta edició del projecte es preveu que s'hi inscrivin unes 80 explotacions, com a mínim, que representin la majoria de les 42 comarques catalanes.

SOBRE LA GASTROTECA

GASTROTECA	
Nom del projecte	Gastroteca
DATA:	2020
DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE	
Missió	Promoure el producte local autòcton de Catalunya donant visibilitat a la seva cadena de valor. Qui el produeix, on es pot comprar, on es pot tastar així com el patrimoni gastronòmic i esdeveniments a Catalunya.
Visió	Ser un directori del producte de proximitat i local de Catalunya i identificar tots els agents que hi intervenen a la cadena de valor.
Conceptes	Autenticitat, gastronomia, proximitat, local, experiència, coneixement, territori, productes, aliments
Descripció	La Gastroteca és el portal de comercialització de referència dels productes agroalimentaris locals i singulars de Catalunya.

	Una eina de suport a les iniciatives comercials encaminades a millorar la competitivitat de les empreses del sector i afavorir el seu accés als mercats, tot interactuant conjuntament amb d'altres iniciatives de l'àmbit gastronòmic i turístic. Un canal interactiu al servei dels consumidors i els professionals del sector (productors, elaboradors, artesans alimentaris, botiguers, distribuïdors, restauradors, cuiners, gastrònoms, promotors del turisme gastronòmic...) i les entitats que treballen al voltant dels nostres productes agroalimentaris. La Gastroteca recull tota la informació dels productes catalans, on comprar-los i on tastar-los, a més de receptes i altres continguts d'interès com agenda d'esdeveniments gastronòmics o enllaços d'entitats vinculades al sector. La Generalitat de Catalunya la va crear a finals del 2007, en el marc del Programa de Comercialització Alimentària. Actualment, Prodeca és titular de Gastroteca i va renovar i relançar el portal al 2020 per la qual cosa es va reprendre l'activitat a Facebook i Twitter i es van obrir els canals d'Instagram, Linked-in i YouTube.
OBJECTIUS	
Objectius	• Promoure el producte local autòcton • Divulgar el patrimoni gastronòmic català • Dignificar la feina dels productors i productores • Identificar qui compra i cuina el producte • Dinamitzar comercialment els agents de la cadena • Oferir contingut relacionat amb els aliments autòctons • Promocionar la sostenibilitat, salutabilitat i estacionalitat dels productes locals catalans
TARGET GROUP	
Públic objectiu 1	Adults entre 30 i 65 anys interessats en l'alimentació de proximitat
Públic objectiu 2	Sèniors
Públic objectiu 3	Agents intern de la iniciativa
MISSATGES	
Missatge principal	Punt de trobada del producte català
Missatges secundaris	Coneix i tasta els productes de proximitat. Consumeix aquest productes durant tot l'any. Coneix els productes de cada temporada. Descobreix el ric patrimoni gastronòmic català Participa de la revalorització de tots els agents que hi intervenen "del camp al plat"
DISSENY	
Estil de campanya	Atractiu, proper, fresc, autèntic
TO	
To del projecte	Proper, senzill, directe, clar, motivador i que aporti coneixement

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

ANNEXOS: *Benchmark* marques alimentació Gencat (ANNEX 5 del present plec), Presentació Gastroteca (ANNEX 6 del present plec) i manual de marca (ANNEX 7).

OBJECTE GENERAL DEL CONTRACTE

És objecte de la present licitació la contractació de serveis pel desenvolupament de *Benvinguts a Pagès 2021* en les seves variants: *Benvinguts a Pagès La Festa* i *Benvinguts a Pagès Tot l'any*.

LOTS DEL PROJECTE

La present licitació està format per cinc lots:

Lot 1. Producció audiovisual de l'esdeveniment *Benvinguts a Pagès* en totes les seves edicions

Lot 2. Restyling gràfic de la marca *Benvinguts a Pagès*, adaptació de les peces gràfiques necessàries per a la comunicació de l'esdeveniment (identitat gràfica)

Lot 3. Serveis d'agència de premsa del projecte *Benvinguts a Pagès* en totes les seves edicions

Lot 4. Producció de material divulgatiu i gestió d'enviaments als agents participants a *Benvinguts a Pagès* en les edicions de La Festa i Tot l'Any

Lot 5: Serveis de consultoria digital (web), assessorament i dinamització de xarxes socials de *Benvinguts a Pagès* i Gastroteca

Les empreses licitadores podran presentar oferta a un o més lots, sense que se n'estableixi límit màxim de lots als quals presentar oferta.

Lot 1. Producció audiovisual de l'esdeveniment BaP en totes les seves edicions

1.1 Peces i tasques associades que es requeriran a l'adjudicatari

- A) Vídeo promocional *Benvinguts a Pagès La Festa*
- B) Vídeo promocional *Benvinguts a Pagès Tot l'Any*
- C) Vídeo resum i agraïments *Benvinguts a Pagès La Festa*
- D) Vídeo promocional manifest compra de proximitat

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

Els vídeos llistats anteriorment tenen la funció de ser peces publicitàries per incentivar la notorietat del projecte i la captació de visitants o usuaris. Es publiquen digitalment a Catalunya, a les xarxes socials vinculades al projecte i a les dels agents col·laboradors.

Per als materials originals, es demana seleccionar les explotacions que apareixeran als vídeos (A, B, C) entre els participants del projecte. Caldrà fer una selecció prèvia amb criteris de qualitat i tenir sempre el control sobre el que es publica així com aplicar un principi de representativitat, per tal de garantir que, en la selecció de les explotacions que hi apareixen, es reflecteix de manera equilibrada la diversitat de comarques, el criteri d'equilibri de gènere, i subsectors representats al projecte (carn i embotits, peix, oli, làctics, dolços, cereals, ous, begudes, fruita fresca i seca, llegums, verdures, etc.). El llistat d'explotacions que hi aparegui serà validat per Prodeca.

1.1.1 Característiques dels vídeos (A, B, C, D)

- La durada dels vídeos serà de màxim de 80 segons.
- Prodeca podrà proporcionar material audiovisual d'arxiu del projecte.
- Es requerirà un mínim de gravacions exteriors de dos productors diferents per l'elaboració de cada un d'aquests vídeos.
- S'acceptarà material de banc d'imatges només quan les imatges remetin amb fidelitat a productes o paisatges catalans.
- Els vídeos hauran d'incloure la correcta integració de la imatge gràfica de l'esdeveniment i locució professional a un estudi de gravació.
- Totes les peces mantindran la coherència en format, ritme i estètica i hauran de mostrar la imatge gràfica i to de la marca *Benvinguts a Pagès* aplicada en l'edició corresponent (*Benvinguts a Pagès La Festa* i *Benvinguts a Pagès tot l'Any*).
- L'entrega de les peces inclourà les cartel·les i altres elements gràfics necessaris per a la seva òptima comprensió.
- El format d'entrega serà mp4 i menys de 30 MBs de pes.
- Els vídeos finals i els bruts seran propietat de Prodeca.

1.2 Treball previ i recursos necessaris

Per a un correcte desenvolupament de l'encàrrec de producció i post-producció dels vídeos, l'empresa adjudicatària haurà de:

- Aportar equip de filmació, recursos d'edició i post-producció així com el personal necessari per la producció, etc. (càmeres, estabilitzador, equip de so professional, il·luminació, *atrezzo* de mobiliari i alimentari en cas sigui necessari).
- Realitzar recerca de localitzacions i càsting per a l'òptima expressió dels valors del projecte i per a la consecució d'una estètica alineada amb el manual de marca.
- Realitzar tasques de pre producció de vídeo tals com coordinació amb els agents i organismes, sol·licitud de permisos o lloguer de materials.

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

- Proposar un mínim de 3 músiques, i disposar d'unes altres 5 per si Prodeca no considera adequades les primeres 3. També s'haurà de comprar els drets de la música final seleccionada per Prodeca.
- Assumir els desplaçaments, dietes i despeses derivades de la gravació dels exteriors dels vídeos.
- Supervisar la varietat dels continguts de l'edició i promoure canvis quan es detectin duplicacions de continguts.
- L'adjudicatari s'haurà de coordinar amb la resta d'empreses adjudicatàries dels diferents lots de la present licitació.
- Proporcionar adaptacions reduïdes dels vídeos per xarxes socials.
- Comprar producte alimentari i disposar d'*atrezzo* en cas sigui necessari per a algun dels vídeos.
- Entregar un disc dur amb totes les imatges en brut a Prodeca.
- Treballar fins a 3 propostes addicionals de guió en el cas no encaixi a Prodeca el to o narratives proposats a la primera opció.
- Comprar imatges de banc en cas sigui necessari.
- Comprometre's a entregar les peces en el calendari pactat i aprovat per Prodeca a l'inici del projecte.

1.3 Requisits

El personal mínim que es demanarà serà de cinc professionals formats en fotografia o cinema i/o comunicació audiovisual.

S'haurà d'acreditar aquesta formació i experiència amb el seu currículum i títols oficials. Addicionalment, es demanarà un cap de projecte de perfil sènior, amb un mínim de 5 anys d'experiència, pel seguiment del pla de treball del projecte. Haurà d'aportar experiència contrastada en gestió de projectes audiovisuals i de comunicació i experiència en interlocució de clients.

Els vídeos subjectes d'aquesta licitació tindran el català com a idioma principal. Per aquest motiu es requerirà a l'empresa licitadora porti professionals que puguin realitzar el seguiment del projecte i les entrevistes amb els agents (pagesos, empreses, altres agents dinamitzadors catalans) en idioma català.

A més, és requisit d'obligatori compliment que el text dels vídeos estigui revisat per editors professionals en les seves versions definitives, sigui en l'idioma que sigui, per evitar qualsevol errada gramatical.

Addicionalment, es requereix a l'empresa adjudicatària una experiència prèvia de mínim 4 projectes audiovisuals (o peces similars als serveis inclosos en aquest plec) executades per a altres institucions o empreses en els darrers tres anys. Aquests projectes hauran de ser de l'àmbit alimentari, gastronòmic o turístic.

1.4 Equip de treball

L'equip de treball, estarà format per:

1. Un cap de projecte, amb un mínim de 5 anys d'experiència rodant de caire semblant a la present licitació. El cap de projecte haurà de tenir experiència en dos o més projectes relacionats amb l'alimentació, el món rural, la gastronomia o el turisme. La seva funció serà fer el seguiment del pla de treball del projecte. Haurà d'acreditar la seva trajectòria professional amb el detall de clients, projectes i tasques com coordinació de projectes audiovisuals, coordinació de projectes de comunicació i interlocució directa amb clients d'alimentació, el món rural, la gastronomia o el turisme, dels darrers 3 anys.
2. Dos tècnics audiovisuals amb un mínim de 5 anys d'experiència com a càmeres professionals en projectes audiovisuals per vídeos corporatius, publicitaris o documentals. Els tècnics audiovisuals hauran d'acreditar la seva experiència en dos o més projectes relacionats amb l'alimentació, el món rural, la gastronomia o el turisme. La seva funció serà l'execució de les gravacions dels vídeos i fotografies objecte de la present licitació.
3. Dos tècnics especialistes en edició de vídeo, amb un mínim de 5 anys d'experiència en edició i en supervisió de doblatge i subtitulació de vídeos. La seva funció serà el muntatge dels vídeos objecte d'aquest contracte, i la supervisió del doblatge i subtitulació de les peces. Els tècnics audiovisuals hauran d'acreditar la seva experiència en dos o més projectes relacionats amb l'alimentació, el món rural, la gastronomia o el turisme. Hauran d'acreditar la seva trajectòria professional detallada amb llistat de clients, projectes i tasques com a muntadors de vídeos corporatius, publicitaris o documentals, dels darrers 3 anys.

Lot 2. Restyling gràfic de la marca Benvinguts a Pagès, adaptació de les peces gràfiques necessàries per a la comunicació de l'esdeveniment (Identitat gràfica)

2.1 Identitat gràfica

Creació de la identitat visual corporativa de la marca *Benvinguts a Pagès* incloent les *Benvinguts a Pagès*, tot l'any; *Benvinguts a Pagès*, virtual. Addicionalment, es demana la producció de les adaptacions i creativitats necessàries de la campanya de comunicació i hores per a l'actualització de la web del projecte.

La conceptualització de la imatge gràfica es farà seguint un *briefing* de marca aportat pel licitant, que s'adjunta a l'ANNEX 3 del present plec.

2.1.1 Serveis i peces d'identitat gràfica

Els serveis inclosos en aquest encàrrec són: direcció creativa, creació de l'univers verbal i visual, elaboració d'un manual d'estil d'ús de marca i sub-marques amb les principals aplicacions desenvolupades. El projecte de la creació i redisseny de la identitat visual inclou la materialització del llenguatge gràfic a les peces de comunicació necessàries per la marca i sub-marques.

2.1.2 Detall de les peces gràfiques i de comunicació

- Cartelleria (3 models i 6 adaptacions). Conceptualització, disseny i adaptació per a xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram).
- *Banners* corporatius horitzontals i verticals (3 models i 6 adaptacions), insercions publicitàries a premsa (30 adaptacions i entrega d'originals per adaptacions segons planificació mitjans).
- Insercions per premsa (3 models i 25 adaptacions).
- Paquet de logotips en diferents formats i mides. Idiomes: Català, castellà i anglès.
- Peces corporatives per capçaleres i favicons de xarxes socials (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter).
- Senyalètica per als agents participants (20 peces adaptades a partir de formats i dissenys proporcionats per l'organització: fletxa de senyalització, cartell A3 senyalètica agents, adhesiu).
- Material de marxandatge (8 adaptacions a partir de formats proporcionats per l'organització. Exemples: xapes, samarretes, draps de cuina, davantals, caixes).
- 2 falques radiofòniques amb locució professional i música amb drets inclosos gravada a estudi.
- Cartel·les d'introducció i tancament pels audiovisuals (6).
- Plantilla per a enviament de notes de premsa i comunicació als agents participants o públic assistent.
- Fulletó promocional esdeveniment (3).
- Presentació corporativa

2.1.3 Obligacions específiques del contractista

El contractista haurà d'entregar totes les peces en format editable; comprar imatges de banc en cas sigui necessari; comprometre's a entregar les peces en el calendari pactat i aprovat per Prodeca a l'inici del projecte.

2.3 Requisits

El contractista es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels resultats aportats.

- La propietat dels treballs adjudicats correspondrà a l'Administració de la Generalitat de

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

Catalunya i ningú podrà fer-ne ús sense la seva autorització, en els termes previstos en el plec de clàusules administratives particulars de l'expedient.

- L'adjudicatari ha d'aplicar la identitat corporativa i el manual de marca de manera coherent i homogènia en tots els suports on calgui.
- L'adjudicatari ha de garantir la correcció ortotipografia i gramatical de totes les peces.
- L'adjudicatari cedirà tots els drets d'autor, imatge, models, fotografia i altres de forma universal, per tots els formats i mitjans. El preu de compra/realització de totes les fotografies o il·lustracions estaran incloses en el pressupost.
- L'adjudicatari s'haurà de coordinar amb la resta d'empreses adjudicatàries dels diferents lots de la present licitació.

2.4 Equip mínim que es requereix per a l'execució del contracte

L'empresa adjudicatària executarà el contracte, almenys, aplicant al servei els següents recursos humans:

- 1 Director/a creatiu/va i tècnic/a, les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de tota la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant Prodeca.
- 1 Director/a d'Art i Copy, responsable de la conceptualització i creativitat.
- 1 executiu de comptes, que serà interlocutor amb el licitant i que haurà de coordinar-se amb Prodeca i amb els diferents participants del procés de comunicació i de producció fins al lliurament dels materials.
- 1 Dissenyador/a gràfic

Cadascuna de les anteriors persones haurà de comptar amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte del contracte de 5 anys.

Lot 3. Serveis d'agència de premsa en totes les seves edicions

3.1 Objecte de contractació

És objecte del present lot la contractació d'un servei integral de gabinet de premsa i relació amb mitjans de comunicació. Les tasques associades a aquest lot tindran l'objectiu de donar cobertura mediàtica tant al projecte de *Benvinguts a Pagès*, com als seus sub-projectes, així com de totes les seves actuacions i esdeveniments.

3.2 Serveis inclosos

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

El servei a contractar ha de donar resposta a les següents necessitats:

3.2.1 Servei d'assessorament en matèria de comunicació

Aquest servei consisteix en donar suport i assessorament en la planificació d'accions comunicatives sobre les tres edicions del *Benvinguts a Pagès* 2021. Aquest suport i assessorament serà tant presencial com per via telefònica o telemàtica sense circumscriure's a cap horari concret, disponible de forma permanent a tenor de les demandes d'activitats i actes relacionats amb el BaP. Un cop de setmana a l'any (el primer d'octubre) hi haurà servei 24 hores.

L'adjudicatari ha de proposar i desenvolupar la definició de l'estratègia comunicativa del *Benvinguts a Pagès* i ha de garantir la generació d'outputs comunicatius.

3.2.2 Gabinet de premsa

Aquesta tasca comprèn els serveis de generar, redactar i enviar notes de premsa, a partir de la informació proporcionada per l'organització del BaP, seguint criteris periodístics i de comunicació pública, als diferents mitjans de comunicació, tant off line com online (premsa, ràdio i TV).

3.2.3 Base de dades

L'adjudicatari elaborarà una base de dades de mitjans de comunicació, periodistes i líders d'opinió (articulistes, columnistes, analistes informatius, etc.), tant offline (TV, ràdio, premsa escrita) com online (blogs, webs informatives, mitjants electrònics).

Per a cadascun dels contactes, la ~~BD~~ base de dades contindrà la següent informació: nom, cognoms, secció, programa, mitjà, telèfon i correu electrònic. Sens perjudici que puguin contenir altres informacions específiques en funció de la base de dades i que puguin ser d'utilitat, com la temàtica d'un articulista o els programes o espais en què treballa.

L'actualització i manteniment de la base de dades correspondrà a l'adjudicatari i serà una eina compartida entre l'aquest i el licitant.

3.2.4 Esdeveniments de comunicació, convocatòries i comunicats

L'adjudicatari haurà de:

- Redactar i enviar convocatòries i comunicats (notes) de premsa als mitjans quan l'organització de *Benvinguts a Pagès* li ho sol·liciti i en els terminis acordats per a l'enviament final a tots els mitjans de comunicació que correspongui. Les comunicacions a enviar es definiran en funció de l'actualitat informativa i dels fets noticiables que es generin, no es preestableix un xifra tancada d'enviaments.
- L'empresa adjudicatària serà responsable d'organitzar una roda de premsa presencial, assumint les despeses de producció tècnica que se'n derivin (lloguer d'espai/s, suport/s audiovisual/s, megafonia, etc.).

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

- Organitzar un esdeveniment de premsa online que aporti notorietat a l'esdeveniment o alguna de les seves variants, fent-ho coincidir amb el tret de sortida de Benvinguts a Pagès La Festa i el Benvinguts a Pagès Tot l'Any.
- L'adjudicatari també serà l'encarregat del seguiment de la notícia i de la realització d'un raport de les aparicions.
- Realitzar la selecció de mitjans adequats adaptant els missatges per obtenir millors resultats a diferents mitjans - generalistes, gastronòmics, familiars, comarcals, regionals – per a cadascuna de les notícies que s'emeten en relació al projecte.
- Cercar oportunitats mediàtiques, entrevistes a portaveus del projecte, reportatges, peces informatives amb els agents participants de l'esdeveniment a tot tipus de mitjans primant els generalistes i de major difusió de Catalunya i Espanya.
- Fer el seguiment i posterior avaluació de l'impacte assolit per cada peça informativa. A més, caldrà analitzar els mitjans que han publicat la informació i avaluar els motius dels que no ho han fet.
- Estudiar els participants de l'esdeveniment per conèixer els que tenen millors perspectives com a portaveus del projecte.
- Redactar continguts per al web del projecte i per les insercions redaccionals del pla de mitjans per promocionar l'esdeveniment.

3.2.5 Atenció als mitjans de comunicació

L'adjudicatari haurà d'atendre les demandes de periodistes i mitjans que sol·licitin qualsevol tipus d'informació o requeriment, tals com concertar entrevistes, enviar fotografies, dossiers informatius, arxius d'àudio, informació addicional, etc. Tota petició d'informació per part dels mitjans haurà de coordinar-se amb Prodeca.

L'adjudicatari s'encarregarà de preparar i gestionar les entrevistes amb el portaveu de *Benvinguts a Pagès*.

3.2.6 Reunions i visites amb els mitjans

L'adjudicatari assistirà a reunions de seguiment mensuals, ja siguin presencials o virtuals, amb l'organització del projecte i quan sigui sol·licitat.

3.2.7 Dossiers de premsa

L'adjudicatari elaborarà dossiers de premsa del projecte i els mantindrà actualitzats. Es demanarà una versió en castellà del dossier oficial que serà en català.

3.2.8 Q&A's

L'adjudicatari mantindrà al dia els documents de previsibles/potencials preguntes i respostes

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

dels mitjans de comunicació i elaborarà noves versions per a cada nova activitat, projecte, iniciativa o notícia que les requereixi.

3.2.9 Press clipping

L'adjudicatari proporcionarà i gestionarà un servei de seguiment de premsa, ràdio, TV, web i xarxes socials de les informacions que apareguin sobre *Benvinguts a Pagès*, quantifiqui els impactes i els generi en format pdf.

L'adjudicatari haurà d'enviar setmanalment els resultats del *press clipping* a la llista de persones o grups de persones designades pel licitant.

3.2.10 Informes mensuals i anuals

L'adjudicatari elaborarà i presentarà resums o informes periòdics (mensual, anual) de totes les accions amb els mitjans i el seu impacte, oportunament quantificat i detallat.

3.2.11 Plans de comunicació

L'adjudicatari treballarà amb l'organització de *Benvinguts a Pagès* en els plans de comunicació que *Benvinguts a Pagès* necessiti, tant a nivell corporatiu, per a cada edició o iniciativa que ho requereixi, com a nivell de comunicació interna.

Adicionalment, l'adjudicatari del present lot s'haurà de coordinar amb els adjudicataris dels altres tres lots d'aquesta licitació per tenir en compte el que s'està duent a terme en matèria de comunicació i publicitat i alinear missatges, to i continguts del projecte i les

3.3 Equip de treball

Els serveis es cobriran amb un equip format com a mínim de dos professionals periodistes acreditats amb titulació amb experiència específica en atenció a mitjans, generalistes i territorials, i seguiments de premsa per al desenvolupament de les tasques de gabinet de premsa.

Es requerirà aportar CV amb experiència i el detall dels projectes i de la formació específica en llicenciatures i graduacions tals com: Llicenciatura en ciències de la informació; Llicenciatura en Periodisme, Publicitat i/o Relacions Públiques i institucionals; valorant formacions complementàries com Direcció de Comunicació; Màster en Direcció de Comunicació i Màrqueting o similar.

L'experiència mínima requerida per l'equip de treball en les tasques definides ha de ser superior a 6 anys.

3.4 Requeriments

L'empresa adjudicatària ha de garantir l'execució correcta de tots els materials gramatical i orto tipogràficament.

El Gabinet de comunicació de l'empresa adjudicatària estarà a disposició de Prodeca tots els

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

dies laborables de la setmana entre les 08h i les 20h a partir de l'adjudicació del contracte i fins el 31 de desembre. El personal haurà de treballar un cap de setmana i tenir completa disponibilitat el cap de setmana *Benvinguts a Pagès La Festa*, 2 i 3 d'octubre).

També en cas que, per qualsevol circumstància, l'adjudicatari hagués de canviar algun dels membres de l'equip de treball, haurà de comunicar-ho prèviament, amb indicació dels motius, identificació de la persona substituïda i acreditació de la seva afiliació i alta a la Seguretat Social. Tot el personal substituït haurà de complir amb les exigències requerides en aquest plec.

Tot i que els treballs seran efectuats a les oficines de l'empresa adjudicatària, Prodeca podrà sol·licitar la presència del coordinador sempre que tingui necessitat del seu consell o assessorament presencial.

L'adjudicatari està obligat a respectar el caràcter confidencial de tota aquella informació a la que tingui accés per execució del contracte.

L'adjudicatari es compromet a realitzar totes les notes i serveis en els terminis pactats amb Prodeca.

3.5 Avaluació de l'execució dels serveis

L'execució dels serveis s'avaluaran amb una periodicitat bimensual mitjançant les memòries de valoració (on l'empresa haurà d'incloure els valors dels indicadors i mètriques i la seva evolució) per tal de determinar: l'efectivitat en la política de relacions amb els mitjans i possibles actuacions de millora.

Els serveis avaluats prendran com a referència la mitjana d'impactes obtinguts en els anteriors edicions de *Benvinguts a Pagès la Festa*. Els resultats de la iniciativa el 2019 van ser: A) Prop d'un centenar d'impactes en mitjans d'àmbit general. B) 215 impactes en mitjans d'àmbit comarcal. C) Valor econòmic segons Kantar Media de 660.000 euros. D) 37 milions d'impactes d'acord al seguiment de l'audiència.

S'adjunta l'ANNEX 4 del present plec a aquest plec com a mostra d'informe de *clipping* amb resultats.

Lot 4. Producció de material divulgatiu i gestió d'enviaments als agents participants a Benvinguts a Pagès en les edicions de La Festa i Tot l'Any

4.1 Objecte del lot

És objecte del present lot la confecció del material promocional i de marxandatge del projecte, així com els serveis d'impressió (digital, offset i de gran format), empaquetat (al sistema d'empaquetat per comarques en funció dels agents inscrits), enquadernació, serveis de Picking i de missatgeria. Així mateix, també les tasques de coordinació i gestió de l'entrega dels materials promocionals als inscrits en les edicions de *La Festa* i *Tot l'Any* de 2021.

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

4.2 Peces, quantitats i característiques dels materials promocionals

El licitant proveirà l'empresa adjudicatària de tots els arts finals per poder produir els materials promocionals.

A continuació es detallen les quantitats aproximades de cada un dels materials a produir:

- Fletxes (700 unitats aprox.)

TIPOLOGIA: Reprografia Digital Color HP Indigo
FORMAT: 60x30 cm
PAPER: Synaps de 450 grs
IMPRESSIÓ: 1 cara (4+0 t)
ACABAT: Troquelades, mate

- Adhesius (800 unitats aprox.) 2 models de creativitat

FORMAT: DIN-A5 (14,85x21 cm)
SUPPORT: Vinil PVC removable (Punto)
IMPRESSIÓ: Tintes làtex

- 2 models de bafarades (300 unitats aprox: 100 model producte ecològic + 200 model estàndard)

TIPOLOGIA: Reprografia Digital Color HP Indigo
FORMAT: 60x50 cm
PAPER: Cartolina gràfica de 350 grs
IMPRESSIÓ: 1 cara (4+0 t)
ACABAT: Pel·liculades brillant 1 cara, muntades sobre contraencolat blanc 1 cara de 2 mm. i troquelades

- Xapes (1.500 unitats aprox.)

FORMAT: 7,5 cm de diàmetre
IMPRESSIÓ: 4+0 t
ACABAT: Mat

- 5 models de cartells (1.500 unitats aprox: 300 unitats x 5 models)

TIPOLOGIA: Reprografia Digital Color HP Indigo.
FORMAT: DIN-A4
PAPER: Cartolina gràfica de 350 grs
IMPRESSIÓ: 2 cares (4+4 t)
ACABAT: Pel·liculats brillant 2 cares

L'adjudicatari ha de preveure que els materials estaran exposats a l'exterior. Segons això, tant els acabats com la qualitat del material utilitzat han de ser impermeables, resistent al sol i d'alta resolució.

Els materials objecte d'aquest lot són provisionals i no necessàriament el licitant ha de demanar-los en la seva totalitat. Els materials demanats poden ser substituïts per d'altres, de

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

semblants característiques i similar preu.

El material entregat per part del contractista podrà ser objecte de devolució, en el termini de 48 hores laborals per disconformitat amb la comanda, deixant constància de la causa que motiva el rebuig en la recepció del producte. El material defectuós se substituirà per un altre d'equivalent sense càrrec per Prodeca en un termini màxim de 48 hores laborables des de la notificació de la incidència.

L'adjudicatari no podrà exigir quantitats determinades o d'importos mínims com a condició de prestació del servei.

4.3 Requisits

L'adjudicatari haurà de portar a terme la prestació del servei objecte del contracte amb la deguda diligència i assumir, amb independència de les obligacions derivades d'altres clàusules d'aquest plec, les següents:

- L'empresa adjudicatària disposarà d'un software informàtic suficient i adequat per a la realització dels treballs objecte del contracte.
- L'empresa adjudicatària disposarà de l'estoc de material necessari per atendre les possibles urgències.
- L'empresa adjudicatària haurà de disposar d'un horari d'atenció al públic mínim de 8 hores diàries, preferiblement serà de matins i tardes llevat dels períodes d'horari intensiu d'estiu.
- L'empresa adjudicatària haurà de designar una persona que serà la interlocutora amb Prodeca.
- L'empresa adjudicatària haurà de custodiar la documentació o materials que se li entreguin. No podrà proporcionar a tercers ni utilitzar per a finalitats diferents a les especificades en aquest plec de clàusules, les dades a les quals hi hagi pogut tenir accés amb motiu de la realització de les tasques de gestió encomanades per Prodeca, sent responsable dels danys i perjudicis que es puguin derivar de l'incompliment d'aquestes obligacions.
- L'empresa adjudicatària serà responsable de la qualitat tècnica d'impressió dels treballs que desenvolupi i de les prestacions i serveis realitzats en l'execució del contracte.

4.4 Operativa del servei

El protocol a seguir en la gestió de la comanda respondrà a les fases i processos següents:

A) Fase de Pre-impressió:

1. Enviament per part del licitant de l'original per FTP o sistema similar i confirmació de la recepció per part de l'empresa adjudicatària.
2. Comprovació i correcció del document original abans d'imprimir-lo, si s'escau.
3. Lliurament de la prova digital a Prodeca per validar-la abans de començar a imprimir

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

4. Realització de maquetes, si s'escau.
5. Aprovació per part de Prodeca del prototip mitjançant signatura del responsable.

B) Fase d'Impressió:

Es vetllarà per la garantia de qualitat del producte final, l'optimització dels recursos emprats i tenir cura d'aspectes de sostenibilitat.

C) Fase de Lliurament:

- Embalatge adequat al producte per a què arribi en òptimes condicions.
- En cada embalatge/paquet hi haurà de constar la següent identificació: • Data de l'embalatge • Nom del producte • Número d'exemplars que conté • Mostra per identificar el producte final.
- A fi de garantir una correcta recepció i conformació del producte, l'adjudicatari haurà de lliurar del material acompanyat del corresponent albarà, en el qual hi figurarà: • NIF contractista • La data de lliurament, • Descripció dels productes • Unitats

4.5 Distribució del material

L'adjudicatari ha d'assumir els serveis de missatgeria i entrega de tots els materials produïts a totes les comarques del territori català representades en el projecte (amb un màxim de 42). En total s'hauran de fer dos enviaments a cada comarca participant: per l'edició de la Festa i per l'edició Tot l'Any.

Per una correcta distribució, Prodeca facilitarà a l'adjudicatari una relació detallada dels productes per a cada enviament.

Per al lliurament, Prodeca facilitarà una relació amb els 42 contactes i adreces on cal lliurar el material, aproximadament un mes abans de la celebració dels esdeveniments La Festa i Tot l'Any.

L'empresa adjudicatària haurà de fer seguiment dels enviaments fins a la correcta entrega dels materials a cada una de les comarques.

Lot. 5 Servei de consultoria digital (web), assessorament i dinamització de xarxes socials de Benvinguts a Pagès i xarxes socials de Gastroteca

5.1 Benvinguts a Pagès

5.1.1 Definició de les tasques

- Conceptualització, desenvolupament, implementació i seguiment analític de l'estratègia de comunicació digital de *Benvinguts a Pagès* en les seves diferents variants (*Benvinguts a Pagès La Festa* i *Benvinguts a Pagès Tot l'Any*)
- Elaboració dels continguts textuais (copies) i gràfics alineant el to, estil i missatges al *briefing* de marca del projecte (ANNEX 3 del present plec) i a l'estratègia de comunicació digital aportada en forma de memòria al concurs del lot de xarxes socials del projecte, que haurà de ser validada prèviament per Prodeca.

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

- Adaptació de la identitat gràfica del projecte al llenguatge de xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca del projecte i les seves diferents variants en funció de la quantitat de publicacions demanada.
- Pla de promoció publicitari digital i monitoratge dels resultats per maximitzar la inversió en anuncis a les xarxes socials, per els quals es destina una quantitat a repartir de 6.000 €. Els anuncis es dirigiran al públic objectiu a determinar amb Prodeca. La programació dels anuncis i totes les tasques que se'n derivin estan incloses en aquest pressupost.
- Proposta d'il·lustracions originals sobre temàtiques com alimentació, territori, vida rural i gastronomia per reforçar la narrativa del projecte. 70 il·lustracions individuals a color i 20 peces il·lustrades a partir de les il·lustracions individuals per crear continguts narratius en format gràfic.
- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes, sortejos i aliances entre els diferents agents del projecte així com els organismes col·laboradors.
- Programació mensual anticipada del contingut que es publica a les diferents xarxes socials de Benvinguts a Pagès (Facebook, Instagram, Twiter, Youtube).

L'empresa adjudicatària haurà de definir el pla de continguts a cada xarxa social en funció de les diferents tipologies de continguts:

- Marca
 - Productors / explotacions
 - Restaurants
 - Allotjaments
 - Producte
 - Rutes
 - Sabies què- cultura de la pagesia
 - Edició anterior
 - Fires i mercats d'interès
- Número de publicacions: es valora més la qualitat, originalitat i la resposta / retorn de les publicacions en la correcta expressió dels valors del projecte per sobre de la quantitat de publicacions.

Els continguts mínims requerits seran de:

- Facebook: 5 publicacions/setmana + *stories* compartides d'Instagram
 - Instagram (IG): 5 publicacions + 2-3 *stories*/setmana
 - Twitter: 10-12 *twits*/setmana + RT
 - Youtube: dinamització del contingut actual
- La quantitat de contingut a produir i publicar durant el darrer mes de la celebració dels esdeveniments (*Benvinguts a Pagès La Festa*) augmentarà substancialment podent arribar a quadruplicar les publicacions els caps de setmana dels esdeveniments. L'empresa licitadora haurà d'adaptar el ritme i quantitat de publicacions a les exigències del projecte

sense cost addicional.

- Atenció personalitzada diària, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès originals sobre alimentació, territori, vida rural i gastronomia.
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials, publicitat i analítica web del projecte.
- Elaboració d'un informe semestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat.
- Facilitar els continguts de *Benvinguts a Pagès* a altres organismes de la Generalitat relacionats amb el turisme, la gastronomia i l'agricultura.
- En cas sigui necessari, elaboració de protocols per a influenciadors i interlocució per maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes dels quals serien abonades per Prodeca.
- Elaboració de bases legals per a concursos i activitat promocional derivada de la dinamització de les xarxes socials del projecte.
- Suport a l'equip de comunicació en la gestió web del projecte, supervisió de continguts, usabilitat i analítica web.
- Addicionalment, l'adjudicatari s'haurà de coordinar amb els adjudicataris dels altres tres lots d'aquesta licitació per alinear objectius, to i continguts del projecte i les seves edicions.
- L'adjudicatari, a través de Prodeca, haurà de coordinar reunions presencials o virtuals de manera regular, com a mínim una vegada al mes. Serà responsabilitat de l'adjudicatari elaborar el corresponent informe de cada reunió.

5.1.2 Objectius generals

- Donar a conèixer a diferents públics la importància de conèixer l'origen dels aliments i la feina de qui els elabora.
- Promocionar els diferents agents participants. Productors, agents del territori, restauradors, empreses d'activitats culturals i complementàries associades a la iniciativa i establiments hotelers.
- Promocionar hàbits de consum sostenibles, sans i saludables.
- Promoció del coneixement de *Benvinguts a Pagès* Tot l'Any i *Benvinguts a Pagès* La Festa

per tal de captar visitants per als dos projectes.

- Contribuir a la divulgació i al consum dels continguts digitals del projecte.
- Vetllar per oferir una imatge cohesionada i consistent entre totes les xarxes socials destinades a públic final de Prodeca / Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya.
- Promocionar les històries, explotacions, productes i negocis dels participants de *Benvinguts a Pagès*.
- Proporcionar materials didàctics que puguin donar a conèixer el projecte a segments familiars.
- Visibilitzar iniciatives amb els mateixos valors que el projecte i que aportin continguts interessants per la comunitat quant a alimentació sostenible, sana i saludable, respectuosa amb el desenvolupament territorial i els circuits curts de comercialització.

5.2 Gastroteca

La Gastroteca és el portal de comercialització de referència dels productes agroalimentaris locals i singulars de Catalunya.

Una eina de suport a les iniciatives comercials encaminades a millorar la competitivitat de les empreses del sector i afavorir el seu accés als mercats, tot interactuant conjuntament amb d'altres iniciatives de l'àmbit gastronòmic i turístic.

Un canal interactiu al servei dels consumidors i els professionals del sector (productors, elaboradors, artesans alimentaris, botiguers, distribuïdors, restauradors, cuiners, gastrònoms, promotors del turisme gastronòmic...) i les entitats que treballen al voltant dels nostres productes agroalimentaris.

La Gastroteca recull tota la informació dels productes catalans, on comprar-los i on tastar-los, a més de receptes i altres continguts d'interès com agenda d'esdeveniments gastronòmics o enllaços d'entitats vinculades al sector.

La Generalitat de Catalunya la va crear a finals del 2007, en el marc del Programa de Comercialització Alimentària. Actualment, Prodeca és titular de Gastroteca i va renovar i relançar el portal al 2020 per la qual cosa es va reprendre l'activitat a Facebook i Twitter i es van obrir els canals d'Instagram, Linked-in i YouTube.

ANNEXOS: *Benchmark* marques alimentació Gencat (ANNEX 5 del present plec), Presentació Gastroteca (ANNEX 6 del present plec) i manual de marca (ANNEX 7).

5.2.1 Objectius

- Donar a conèixer la Gastroteca (augmentar els fans i la notorietat)
- Crear una comunitat pròpia (augmentar la participació digital)
- Augmentar les inscripcions (participació digital dels actors)
- Aportar tràfic a la web

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

5.2.2 Públic objectiu

- Consumidor final per Facebook, Instagram, Youtube i Twitter
- 50% dones - 50% homes
- De totes les edats, prioritzant públic jove 25-44 anys
- De tot Catalunya
 - Empreses per Linked In, Youtube i Twitter
- 50% dones - 50% homes
- De totes les edats, prioritzant públic de 35-55 anys
- De tot Catalunya i a l'estranger

5.2.3 Tasques a realitzar

- Definició de l'estratègia digital i de xarxes socials de la Gastroteca per 2021.
- Definició de la línia estratègia de continguts de *social media* adaptada a cada plataforma en funció de les següents tipologies:
 - o MARCA GASTROTECA
 - o PRODUCTE LOCAL
 - o ON COMPRAR: productors, elaboradors, comerços
 - o ON TASTAR: restaurants, allotjaments amb restauració i càterings
 - o AL MÓN: botigues i restaurants amb producte català a l'estranger
 - o ECOTECA: operadors de producte ecològic
 - o RECEPTES: de cuina catalana
 - o AGENDA: esdeveniments (fires, tastos, mostres, xerrades) relacionats amb la promoció i la comercialització del producte català
 - o RUTES: de promoció gastronòmic-turística basades en el producte
 - o NOTÍCIES: del sector agroalimentari basades en el producte i les empreses productores, elaboradores i comercialitzadores
 - o BLOG: dinamització del post setmanal publicat al blog de la Gastroteca
- Elaboració i publicació dels continguts textuais i gràfics propis per a cada xarxa social: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube i Linked-in alineant el to, estil i missatges a la marca.
Adaptació de la proposta gràfica del projecte mantenint la continuïtat a la seva expressió digital a xarxes socials amb la creació de continguts dinàmics fent servir plantilles, vídeos o muntatges audiovisuals que reforcin la notorietat de marca.
- Nombre mínim de publicacions:

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

- Facebook: 5 publicacions/setmana + *stories* compartides d'Instagram
- Instagram: 5 publicacions + 2-3 *stories*/setmana
- Twitter: 12 *twits*/setmana + RT
- Youtube: dinamització de receptes actuals + noves propostes

Es valora més la qualitat, originalitat i el retorn de les publicacions en la correcta expressió dels valors del projecte per sobre de la quantitat de publicacions.

- L'empresa adjudicatària haurà de presentar la planificació mensual anticipada de continguts de les diferents xarxes socials de Gastroteca (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn) per aprovació.
- Recerca d'informació i contacte amb agents, si s'escau, per a elaborar el pla de continguts.
- Atenció personalitzada, manteniment i dinamització de la comunitat a totes les xarxes socials, promovent-ne la conversa, la fidelització dels usuaris i la divulgació de continguts d'interès sobre alimentació, territori, turisme i gastronomia.
- El licitant haurà de contractar al seu cost, les eines de monitorització i seguiment analític.
- Informe d'anàlisi mensual dels resultats de xarxes socials, publicitat i analítica web del projecte.
- Elaboració d'informe semestral de seguiment de la competència, millors pràctiques, idees inspiradores i possibles referents quant a comunicació digital, web, creació de contingut i relació amb la comunitat.
- Proposta de promoció publicitària dels continguts, gestió de la inversió i monitoratge dels resultats per maximitzar la inversió en anuncis a les xarxes socials, per els quals es destina una quantitat a repartir durant els mesos de servei de 6.000 €. L'empresa adjudicatària es farà càrrec de la gestió dels anuncis contractats a les xarxes socials i la seva facturació sense cost addicional. Els anuncis es dirigiran al públic objectiu a determinar amb Prodeca.
- Captació de nous públics d'interès a partir iniciatives com sortejos, mencions o aliances amb altres projectes d'interès.
- Recerca d'oportunitats de comunicació, campanyes, sortejos i aliances entre els diferents agents del projecte així com els organismes col·laboradors.
- Elaboració de bases legals per a concursos i activitat promocional derivada de la dinamització de les xarxes socials del projecte.
- Facilitar els continguts de benvinguts a Pagès a altres organismes de la Generalitat. Difusió de continguts d'altres organismes de la Generalitat relacionats amb el turisme, la gastronomia i l'agricultura.
- Elaboració de protocols d'acció i interlocució amb influenciadors per maximitzar el retorn de les accions de comunicació activades amb ells, les tarifes de contractació dels quals queden excloses d'aquesta licitació.
- Elaboració de presentacions per a accions especials de comunicació en cas que es requereixin.
- Suport a l'equip de comunicació en la gestió web del projecte, supervisió de continguts,

Dr. Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
Fax: +34 93 552 48 25
prodeca@gencat.cat

usabilitat i analítica web.

- L'adjudicatari, a través de Prodeca, haurà de coordinar reunions presencials o virtuals de manera regular, com a mínim una vegada al mes. Serà responsabilitat de l'adjudicatari elaborar el corresponent informe de cada reunió.

5.2.4 Condicions generals de desenvolupament del servei

- L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari per a la realització de les tasques que s'esmenten en aquest document, durant el temps que duri l'adjudicació.
- El departament de comunicació de Prodeca serà l'encarregat de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques.
- Horari i nivell de servei: Disponibilitat ordinària de dilluns a divendres entre 9 a 18 h.
- Respectar sempre els drets d'autor i drets de les persones que hi apareixen.
- L'excel·lència en el contingut, tant en la forma com en el fons.
- To i llenguatge adaptats al públic i al canal.
- Supervisió de la consistència de la línia gràfica de campanya.
- Suport en tasques de comunicació digital, raportar i coordinar amb el responsable de la implementació web possibles millores al web corporatiu del projecte.

5.3 Equip de treball

Es demanarà al licitador un mínim de tres professionals que acreditin a través dels seus CV una experiència de mínima de 4 anys com a responsables de projectes, estratègia digital, estratègia de Social Media, estratègia de continguts, analítica web i de xarxes socials i redacció de contingut.

Es demanarà a l'equip de treball haver participat en un o més projectes de comunicació digital relacionats amb el món rural o l'alimentació de proximitat i que continguin esdeveniments virtuals retransmesos a través de les xarxes socials amb més de 300.000 visualitzacions.