



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS PEL DISSENY, PLANIFICACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE L'EXPERIÈNCIA GASTRONÒMICA SOM GASTRONOMIA TOUR A QUATRE CIUTATS DEL MERCAT ESPANYOL

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec. Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Antecedents

Catalunya serà la Regió Mundial de la Gastronomia 2025. Es tracta d'una distinció atorgada per l'Institut Internacional de Gastronomia, Cultura, Arts i Turisme (IGCAT) a partir d'un jurat independent i internacional d'experts format per persones de diferents àmbits de competència com ara el turisme, la cultura, l'hostaleria i l'agricultura, que té com a finalitat destacar i promoure aquelles regions que contribueixen activament a la millora de la qualitat de vida de la ciutadania, posant en valor les diferents cultures alimentàries, l'educació per a la salut i la sostenibilitat i la innovació gastronòmica. D'aquesta manera, Catalunya es convertirà en la primera regió europea que rep aquesta distinció. Aquest reconeixement confirma la consolidació d'un model turístic innovador i regeneratiu on la revolució gastronòmica de Catalunya va molt més enllà del restaurant i obre les portes a descobrir el territori i la producció alimentària local i singular. I és que la gastronomia, entesa com el conjunt d'activitats relacionades amb la preparació, distribució i consum d'aliments, representa una part significativa del teixit socioeconòmic català, amb una contribució d'aproximadament el 20% del PIB. En l'àmbit turístic, Catalunya ha fet una aposta decidida pel turisme enogastronòmic, un sector estratègic per al desenvolupament del país, tant per l'impacte econòmic que genera com pel fet de contribuir a la desestacionalització del turisme. A més, aquest tipus de visitant genera un 20% més de despesa que el turista convencional. Gràcies a aquesta distinció, es desplegaran tota una sèrie d'accions orientades a posicionar Catalunya com a destinació enogastronòmica de referència mundial, i a fomentar la gastronomia catalana i l'orgull i l'autoestima de la població de Catalunya envers la seva identitat culinària i alimentària. També es pretén atraure un turisme més responsable amb el medi ambient, més just socialment, equilibrat territorialment i innovador.

En data 28 de novembre de 2024 es va publicar al DOGC l'[Acord GOV/249/2024, de 26 de novembre, de suport al reconeixement de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia 2025 \(CRMG25\)](#) i a les accions orientades a posicionar-la com a destinació enogastronòmica de referència mundial.

Des de l'Agència Catalana de Turisme (ACT en endavant) s'impulsaran tota una sèrie d'iniciatives amb l'objectiu de posicionar Catalunya com a gran referent mundial de l'enogastronomia. Entre aquestes, es realitzarà el **Som Gastronomia Tour 2025**, un seguit de presentacions orientades a operadors, premsa i prescriptors, amb un component tecnològic i innovador de turisme enogastronòmic, a **quatre ciutats dels mercat espanyol**.

En aquestes presentacions es vol difondre la proposta de valor del turisme enogastronòmic a Catalunya recollits al pla de producte de l'enogastronomia: concentració de productes de qualitat, existència de cuina tradicional i cosmopolita, paisatges agroalimentaris, plats típics, xefs de reputació internacional, oferta de més de 300 cellers visitables, patrimoni cultural vinculat a la gastronomia i el vi, territoris amb oferta enogastronòmica competitiva, etc.

2. Objecte del contracte

L'objecte del contracte és l'assessorament, conceptualització, organització i execució de l'experiència gastronòmica Som Gastronomia Tour, entès com un seguit de presentacions

orientades a públic professional –operadors, premsa, influencers i altres prescriptors– amb un component tecnològic i innovador de turisme enogastronòmic. L'objecte del contracte també inclourà el disseny, la producció, la decoració, el muntatge i desmuntatge, el transport i la supervisió de tots aquells elements necessaris per posar en marxa les presentacions d'aquesta experiència gastronòmica.

Les presentacions es duran a terme a quatre ciutats del mercat espanyol el segon semestre del 2025.

Els motius que justifiquen la no divisió en lots de l'objecte estan continguts a la memòria justificativa del contracte.

3. Característiques de l'espai, de les zones de cada presentació i desenvolupament de les presentacions

3.1. Característiques de l'espai

L'ACT contractarà espais a les ciutats espanyoles on es realitzaran les presentacions del Som Gastronomia Tour que siguin emblemàtics, interiors i d'una superfície mínima de 400 m². Queda exclòs d'aquest contracte el lloguer d'aquests espais on es desenvoluparan les presentacions.

L'espai estarà dividit en dues àrees:

- Zona d'acull i presentació (200 m² aprox.)
- Zona experiència gastronòmica (zona sensorial i de degustacions) (200 m² aprox.)
Dins d'aquesta zona hi haurà:
 - el showcooking
 - les taules i cadires on es procedirà a degustar els tastets

3.2. Característiques de les zones de cada presentació

Cadascuna de les 4 presentacions tindrà una durada d'entre 2 i 3 hores, i seguirà el següent esquema de programa:

Lloc: “Zona d'acull i presentació” (200 m² aprox.).

Durada: entre 30 a 60 minuts.

- Arribada dels assistents (100 pax. màxim).
- Dinamització amb els participants a través dels photocalls, les parades de producte i les ulleres de Realitat Virtual del Grand Tour de Catalunya.
- Presentació de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia 2025 i parlaments de les autoritats.

Desplaçament a la “zona experiència gastronòmica” (200 m² aprox.).

Durada: entre 90 a 120 minuts.

- Entaular els assistents.
- Experiència gastronòmica vinculada a la nova ruta Tasta el Grand Tour de Catalunya
- Gamificació amb preguntes, networking i premis pels guanyadors (30 minuts)

3.3. Desenvolupament de les presentacions

Zona acull i presentacions

Els 100 participants aniran arribant a l'esdeveniment i un cop acreditats passaran a l'àrea de parlaments on trobaran els diferents photocalls, ulleres immersives i paradetes gastronòmiques. En aquest espai un o dos dinamitzadors haurà de relacionar-se amb els participants i convidar-los a interactuar amb els decorats de la sala.

Posteriorment, s'iniciaran els parlaments presentant a Catalunya com a destinació de turisme Enogastronòmic i posant en valor el mosaic agrícola de Catalunya i els seus productes de qualitat i comunicant que el 2025 Catalunya és la Regió Mundial de la Gastronomia

Zona experiència gastronòmica

Finalitzats els parlaments és passarà a la zona d'experiència gastronòmica es tastaran diferents plats de cuina catalana basats en productes singulars. Després de cadascun dels plats es farà una pausa on es podrà explicar els productes i el territori al qual pertanyen, els segells de qualitat dels quals disposa, com la gastronomia que estem tastant representa un paisatge, uns productors i productores, l'esforç de les persones, una manera de viure, vivències i emocions, el treball de cuiners i cuineres, tradicions, visió de futur i molt més.

Els plats que s'inclouran hauran de ser representatius del territori i serà cuinat/assessorat com a mínim per dos xefs rellevants en la cuina catalana, fent que l'acte sigui més atractiu per als assistents.

Un cop finalitzada l'experiència gastronòmica l'acte finalitzarà amb una dinàmica gamificada. La gamificació ens permetrà connectar amb els assistents, generar diversió i interacció a través de mecàniques pròpies del joc. D'altra banda, ens permetrà reforçar el missatge que hem volgut transmetre a través de la presentació.

L'acte acabarà amb un temps de *networking*, que servirà per relacionar-se i consolidar els contactes però també per animar a què segueixin publicant i compartint continguts a xarxes socials, i finalment, amb l'anunciament dels guanyadors.

4. Obligacions de l'empresa contractista:

Les presentacions de l'experiència gastronòmica es duran a terme a 4 ciutats del mercat espanyol. La previsió inicial, tant de les ciutats com de les dates a dur-les a terme, és la següent:

- Vigo (1a. quinzena de juliol).
- San Sebastián (1a. quinzena setembre).
- València (3a. setmana d'octubre).
- Sevilla (3a. setmana de novembre).

Els llocs i les dates concretes es definiran i comunicaran a l'empresa contractista com a màxim a 3 setmanes abans de la celebració de cada presentació.

4.1. Convocatòria dels participants

- Disseny d'una invitació digital.
- Realitzar la convocatòria dels participants a través d'una base de dades pròpia de l'empresa contractista, i per aproximadament 100 pax. entre agències de viatges, media, creadors de continguts digitals, autoritats, etc. L'empresa contractista haurà de realitzar l'enviament del correu informatiu d'aquest esdeveniment a través dels seus propis seus sistemes, aliens als de l'Agència Catalana de Turisme. No obstant, en el correu informatiu de la convocatòria de l'esdeveniment s'haurà d'incloure un enllaç que redirigeixi a la plataforma que indiqui l'Agència Catalana de Turisme, des d'on



s'informarà de l'acció i des d'on les persones que estiguin interessades a participar realitzaran el seu registre.

- Acompanyament durant l'acte per part d'una persona de l'equip i control d'assistència.
- Enviament de nota de premsa.
- Informe final que consistirà:
 - el llistat final dels assistents.
 - publicacions als mitjans i impactes en les xarxes socials.

4.2. Assessorament, conceptualització i execució de l'experiència gastronòmica sensorial

- Assessorament en la selecció de plats de cuina catalana i vins (argumentar la selecció de productes locals destacats):
 - Tenir en compte la vinculació dels plats i els productes locals amb la Ruta Tasta el Grand Tour de Catalunya, el seu pes i paper dins la gastronomia catalana i la vinculació amb el paisatge
 - Tenir en compte l'equilibri territorial, diversitat de productes, que siguin productes identitaris, que transmetin el mosaic agrícola i l'esforç dels productors, si tenen algun segell de qualitat...
- Elaboració del guió i fil conductor, dinàmica del tast amb emocions a transmetre.
- Assessorament, proposta i contracte de mínim 2 xefs per cada ciutat, rellevants en la cuina catalana que elaborarà els menús de l'experiència gastronòmica. Els honoraris del/s xef/s estan inclosos al preu del contracte.
- Proposta de sommelier o expert/a gastronòmic/a que condueixi les degustacions. Els honoraris del/de la sommelier o expert/a gastronòmic/a estan inclosos al preu del contracte.
- Elaboració del llistat de necessitats logístiques de l'esdeveniment: necessitats tècniques de l'espai per a l'elaboració dels plats (mobiliari, fogons, electrodomèstics i equipament de cuina, utilitatge de cuina...), l'espai per la degustació (mobiliari, parament de sobretaula, vaixel·la...) i l'espai d'entrada amb paradetes d'exposició de producte local.
- Identificar i seleccionar proveïdors de material (lloguer de mobiliari, fogons, utilitatge...) i del producte local (llistat de proveïdors locals del producte, o a destinació, enviaments necessaris...). Contacte amb els productors i cellers quan l'acció ho requereixi. Recerca i relació amb els proveïdors de producte tant en origen com en destí (producte que cal que sigui fresc o que no es pot enviar) necessaris per a cada acte.
- Paradetes de producte local: definir productes locals, mobiliari, estovalles i distribució de les paradetes d'exposició de producte català a l'entrada de l'acte.
- Definició i conducció de la gamificació al final de l'experiència gastronòmica.
- Coordinació del personal involucrat (xef, ajudants de cuina, sommelier o conductor de l'acte...). Reunions de treball per definir conjuntament el sopar degustació i les necessitats tècniques, així com el guió de l'experiència gastronòmica sensorial.
- Coordinació amb l'equip de l'ACT abans i durant l'acte. Reunions de treball per validar la selecció de plats i productes o els espais, entre d'altres qüestions.



- Interlocució amb els coordinadors dels espais on se celebrin les presentacions.
- Coordinació de desplaçaments i allotjament dels xefs catalans participants.
- Coordinació de la logística de transport de tot el material necessari de Catalunya.
- Supervisió de la implementació d'elements necessaris per a la producció de l'acció en cadascun dels espais.
- Producció, coordinació i conducció de l'experiència gastronòmica sensorial en les ciutats previstes.
- L'empresa contractista s'encarregarà del marxandatge a lliurar a tots els assistents de les 4 ciutats (preu màxim per pax. 20€ IVA exclòs).
- Altres qüestions necessàries per al correcte desenvolupament de l'acte, si s'escau.

4.3. Disseny, producció, muntatge i transport de tots els elements gràfics i decoratius

Aquests elements gràfics i decoratius aniran a la “zona d'acull i presentació”:

- Disseny i producció de mínim quatre estructures pels photocalls. Cadascuna d'elles serà de 3 metres d'ample i 2 metres d'alçada aprox.,. Haurà de contenir el claim de la nova campanya “Catalunya bon profit”.
- Disseny i producció de tres parades d'exposició amb producte català, que com a mínim inclogui: vi, oli, formatge, cava, embotit, vermut, arròs, fruits secs, torró IGP, hortalisses, fruita dolça, pomes, producte envasat català...
- Disseny i producció de la gràfica de benvinguda.
- L'ACT posarà a disposició de l'esdeveniment unes ulleres immersives del “Tasta el Grand Tour” amb cartell informant de l'animació i personal per gestionar-ho.
- L'empresa contractista s'encarregarà de muntar i desmuntar tots aquest elements de decoració.
- Tots aquests elements hauran de tenir en compte **la petjada de carboni de l'esdeveniment**. L'empresa contractista, a través de la [Guia per organitzar esdeveniments sostenibles](#), haurà de recolzar a l'equip tècnic de l'ACT per calcular la petjada a través d'un excel·lènt calculador que facilitarà l'ACT.

Tant en el punt 4.2 com el 4.3 tot el relat enogastronòmic haurà d'inspirar-se en la campanya prevista a la primavera del 2025 i explicada en l'**annex 1** d'aquests plecs.

4.4. Subministrament de l'equip audiovisual

- Instal·lar els equips audiovisuals de l'esdeveniment:
 - Instal·lació a l'àrea de presentació d'una pantalla de leds Indoor suficientment gran (aprox 5m d'ample, segons espai) pels parlaments i vídeos.
 - Tarima de 60cm d'alçada.
 - Microfonia inal·làmbrica per 3 pax.
 - Personal tècnic so i imatge.

- Il·luminació de l'espai.

4.5. Subministrament de mobiliari i paraments de les zones

L'empresa contractista haurà de subministra el següent mobiliari:

- Taula d'acolliment i acreditació.
- Taules i cadires per 110 pax (assistents ACT i participants).
- Taula alta pel showcooking on es presentaran els plats de la degustació gastronòmica amb els electrodomèstics necessaris.

Així mateix la decoració de sobretaula:

- Parament amb estovalles i elements de decoració.
- Vaixella especialitzada per la degustació a concretar segons necessitat del xef.

L'empresa contractista s'haurà d'encarregar de muntar i desmuntar tots aquests elements.

4.6. Transport del material, emmagatzematge i assegurances

L'empresa contractista es farà càrrec del transport del material que conforma la decoració, mobiliari i altres elements de les presentacions, de la càrrega i descàrrega de l'esmentat material en els espais, i emmagatzemarà el material aprofitable durant el període entre esdeveniments del Som Gastronomia Tour .

Les despeses de magatzem aniran a càrrec de l'empresa contractista.

Un cop finalitzades totes les presentacions, l'empresa contractista procedirà a destruir tot el material gràfic.

L'empresa contractista haurà d'acreditar les següents assegurances:

- Una assegurança de transport i danys del material per un import mínim de 100.000 euros.
- Una assegurança de responsabilitat civil que inclogui la responsabilitat civil d'explotació, patronal i de productes que respongui per qualsevol dany i perjudici, ja siguin corporals i/o materials, i que cobreixi les activitats objecte de contractació, per un import mínim de 600.000 euros, amb un sublímit per sinistre de 300.000 euros i de 150.000 euros per víctima. Aquesta pòlissa haurà d'incloure també la responsabilitat civil subsidiària de subcontractistes i estar vigent durant tota la durada del contracte.

4.7. Transport i allotjament

L'empresa contractista s'encarregarà de contractar, gestionar i coordinar el transport i allotjament del seu personal assistent a l'esdeveniment, així com dels xefs i dinamitzadors que assistiran a l'esdeveniment.

L'empresa contractista intentarà que l'allotjament dels xefs i dinamitzadors sigui en el mateix hotel on s'allotgin els assistents per part de l'ACT. Si això no fos possible, caldrà que l'empresa contractista busqui un hotel d'unes característiques similars que estigui situat a la vora d'on s'allotgin la resta d'assistents.

5. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació

5.1. Supervisió de treballs



L'empresa contractista facilitarà el disseny de l'experiència i els elements gràfics necessària amb una termini d'antelació de 10 dies per tal que el responsable del contracte pugui donar el seu vist i plau. El responsable del contracte podrà demanar els canvis necessaris per adaptar-se el millor possible a cada presentació.

5.2. Lliurament

- a) L'empresa contractista es compromet a respectar els terminis de muntatge marcats per l'ACT. El lliurament de tots els elements que conformaran cada presentació de cada experiència gastronòmica haurà de ser sempre entre 6 i 12h abans del dia de la presentació. Això voldrà dir tenir tots els elements inclosos en el present plec enllestits i col·locats al seu lloc.
- b) En el moment de lliurament de tots els elements de cada presentació, l'ACT, a través de la persona responsable del contracte o persona que designi, aixecarà una acta de recepció, en la qual es farà constar l'estat de tots els elements amb indicació de tots aquells defectes i desperfectes observats.

L'empresa contractista haurà de signar aquesta acta. En cas que es negui a signar l'esmentada acta, la persona responsable del contracte de l'Agència Catalana de Turisme ho farà constar, i s'entendrà que l'empresa contractista accepta el seu contingut.

- c) En el supòsit d'incompliment de les obligacions establertes en aquest plec, l'ACT donarà les instruccions necessàries a l'empresa contractista perquè ho solucioni abans de l'inici de la presentació.
- d) En el cas de demora respecte del compliment dels terminis establerts o de compliment defectuós de la prestació objecte del contracte, l'Agència Catalana de Turisme actuarà d'acord amb el que s'estableix al plec de clàusules administratives particulars.

5.3. Despeses no incloses

Totes les despeses que es deriven de la contractació dels punts anteriors estan inclosos dins del preu del contracte, a excepció de les següents:

- Despeses del càtering/degustacions gastronòmiques.
- Despeses relatives a la contractació de l'espai on es desenvoluparan les presentacions.

En tot cas caldrà que l'empresa contractista es coordini amb les diferents empreses implicades (espai, càterings, etc...) a fi d'assegurar el bon desenvolupament de la jornada.

6. Seguiment i control de l'execució del contracte

L'òrgan de contractació designarà una persona responsable del contracte que assumirà el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista haurà de designar una persona responsable a qui encarregar la gestió de l'execució del contracte i que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, tractant directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.



Les persones referides anteriorment es reuniran amb una periodicitat mínima de 15 dies per tal de supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que el mateix s'està executat conforme l'establert en el present plec.

Amb caràcter general, aquestes reunions esmentades anteriorment es duran a terme de forma telemàtica, encara que serà possible tenir reunions presencials a les oficines de l'Agència Catalana de Turisme –en aquest cas, els desplaçaments s'hauran de realitzar prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).

ANNEX 1

La campanya publicitària de Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia, sortirà a la primavera del 2025, adjuntem l'storytelling perquè les presentacions del Som Gastronomia Tour a Espanya respiri l'ànima d'aquesta campanya.

L'idioma de tots els elements gràfics, excepte el claim principal, hauran de ser en castellà.





La gastronomia catalana és

Una gastronomia que ens situa en el panorama actual mundial (liderant) des de la innovació i la creativitat, però que a la vegada ens arrela, des de la tradició, a la nostra terra i cultura.

A Catalunya hem revolucionat la gastronomia des de la innovació i la creativitat: xefs amb estrella (també els nous talents) que exploren noves tècniques, textures i combinacions.

Però també som tradició (7 segles del "Sent Soví"). Perquè interpretem constantment, mantenim i cuidem la cuina catalana, la que ens parla del territori, del producte autòcton de qualitat, dels nostres productors, dels cuiners i cuineres i també d'experiències gastronòmiques que ens fan viure la gastronomia des de el viatge.

I partint del que ens fa únics (innovació amb arrels)

¿hem de continuar parlant de revolució... o reinvenció?



Una revolució és un abans i després, és a dir, suposa un canvi i/o ruptura significativa amb el passat.
És el cas del que va aconseguir la gastronomia catalana fa 30 anys gràcies a la creativitat de la cuina d'autor.



Una reinvenció és un canvi que dota de nou valor allò existent, és a dir, parteix de l'anterior (tradició) per adaptar, transformar o reescriure el que ja existeix i donar-li una nova forma.

Això és el que fem a Catalunya, innovant des de les nostres arrels.

La gastronomia catalana reinventa la gastronomia.

Catalunya com a regió sempre ha estat referent d'innovació i avantguarda, en tots els àmbits. La gastronomia n'és un gran exemple; i és que ja fa més de 30 anys que vam començar a posicionar Catalunya al món a través de la nostra manera única de pensar i fer cuina.

Fa més de set segles a Catalunya i amb la creació del llibre de cuina **Llibre de Sent Soví** (1324) va ser un referent mundial, a partir del qual la resta d'Europa va crear el seu.

Aquesta reinvenció constant amb moments claus ha creat una manera de fer que ens permet innovar i ser creatius des de les nostres arrels

Avui, **continuem liderant la reinvenció contínua de la gastronomia mundial**. Perquè la nostra gastronomia, amb els productes de sempre, és nova cada dia. Una gastronomia on la innovació reinterpreta la nostra cultura, terra i producte com no s'havia fet fins ara.



Construcció de l'storytelling de la gastronomia catalana



Com mostrem aquesta visió de la gastronomia a la campanya "Nyam Nyam, Bon Profit"?

A la nostra taula hi convidem a gaudir de la gastronomia catalana a tothom qui...
la reinventa,
la manté viva,
la nodreix,
la impulsa
i la gaudeix.
Perquè només quan hi som tots, podem continuar liderant la nostra reinvençió gastronòmica.

Gastronomia d'innovació

Sector restaurador alta cuina (grans cuines). Xefs amb estrella i nous talents. Nous talents. Tècniques innovadores i impactants. Plats creatius.

Gastronomia de tradició i local

Sector restaurador "cuina tradicional". Experiències enogastronòmiques (oli i cellers).

Orígens, tradició, cultura i producte

Sector ramader, pescadors, agricultores i productores locals en contacte amb el producte/ingredients de qualitat. Paisatge patrimoni cultural gastronòmic, vinyes, DO'S i IGP's.

Taula

Tots els personatges que hem vist a l'inici es dirigeixen cap a taula. **També els viatgers i locals (resident)**

6 Taules diferents a diferents localitzacions de Catalunya (interior i exterior) on s'uneix tot l'anterior: innovació + tradició+persones locals i viatgers

La taula sembla infinita, per moviment de càmera

Aquesta campanya és una invitació al món sencer a seure a la nostra taula i gaudir de la nostra enogastronomia.

Una taula on es troben les nostres tradicions, la innovació més puntera, la cerca de l'excel·lència, el respecte per la terra i el mar i el més important: la nostra manera de gaudir.

I és que per als catalans, seure a taula no és només un acte quotidià. És una manera de viure i d'expressar-nos.

Una manera de fer valdre la feina de tots els que fan possible que aquesta taula existeixi: productors/es, cuiners/es, restauradors/es, hotelers/es... Sense tots ells i elles, la nostra taula no existiria.

Per això, volem *convidar a tothom a compartir la nostra taula.*



Claims i subclaims

La idea de la campanya "Nyam nyam bon profit" conviu perfectament amb el claim "SOM GASTRONOMIA": Perquè... qui millor que Catalunya, on tots som gastronomia, per convidar-te a taula i desitjar-te bon profit?

Desenvoluparem *subclaims* per als diferents targets que estaran inclosos en aquelles peces audiovisuals i gràfiques que estiguin enfocades a públics concrets.

Claim i subclaim
catalans:

Som experiències
que respecten la
nostra cultura i
territori. Som
gastronomia.

Claim i subclaim
viatgers potencials:

Som experiències
enogastronòmiques
autèntiques i de
qualitat.
Som gastronomia.

Claim i subclaim
productors:

Som el sabor més
genú de la nostra
terra i del mar. Som
gastronomia.

Claim i subclaim
restauradors:

Som herència
culinària, innovació i
excel·lència.
Som gastronomia.

REGIÓ MUNDIAL DE LA GASTRONOMIA
CATALUNYA 2025

Nyam
Nyam
BON PROFIT

Catalunya és Regió Mundial de la Gastronomia 2025. Us convidem a gaudir de la nostra taula. Perquè som una experiència gastronòmica única cuinada amb el millor que ens ofereix el nostre territori. Perquè som gastronomia.

SOM GASTRONOMIA

Generalitat de Catalunya CATALUNYA somgastronomia.cat



Logo del Som Gastronomia, Catalunya Regió Mundial de la Gastronomia:

