

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS POR EL DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA SOMOS GASTRONOMÍA TOUR A CUATRO CIUDADES DEL MERCADO ESPAÑOL

Con la mera presentación de su oferta, la empresa licitadora acepta las prescripciones técnicas establecidas en este pliego. Cualquier propuesta que no se ajuste a los requerimientos mínimos establecidos en este pliego quedará automáticamente excluida de la licitación.

### 1. Antecedentes

Cataluña será la Región Mundial de la Gastronomía 2025. Se trata de una distinción otorgada por el Instituto Internacional de Gastronomía, Cultura, Artes y Turismo (IGCAT) a partir de un jurado independiente e internacional de expertos formado por personas de diferentes ámbitos de competencia como el turismo, la cultura, la hostelería y la agricultura, que tiene como finalidad destacar y promover aquellas regiones que contribuyen activamente a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía, poniendo en valor las diferentes culturas alimentarias, la educación para la salud y la sostenibilidad y la innovación gastronómica . De esta forma, Cataluña se convertirá en la primera región europea que recibe esta distinción. Este reconocimiento confirma la consolidación de un modelo turístico innovador y regenerativo en el que la revolución gastronómica de Cataluña va mucho más allá del restaurante y abre las puertas a descubrir el territorio y la producción alimentaria local y singular. Y es que la gastronomía, entendida como el conjunto de actividades relacionadas con la preparación, distribución y consumo de alimentos, representa una parte significativa del tejido socioeconómico catalán, con una contribución de aproximadamente el 20% del PIB. En el ámbito turístico, Cataluña ha hecho una apuesta decidida por el turismo enogastronómico, un sector estratégico para el desarrollo del país, tanto por el impacto económico que genera como por contribuir a la desestacionalización del turismo. Además, este tipo de visitante genera un 20% más de gasto que el turista convencional. Gracias a esta distinción, se desplegarán toda una serie de acciones orientadas a posicionar Cataluña como destino enogastronómico de referencia mundial, ya fomentar la gastronomía catalana y el orgullo y la autoestima de la población de Cataluña hacia su identidad culinaria y alimentaria. También se pretende atraer a un turismo más responsable con el medio ambiente, más justo socialmente, equilibrado territorialmente e innovador.

En fecha 28 de noviembre de 2024 se publicó en el DOGC el [Acuerdo GOV/249/2024, de 26 de noviembre, de apoyo al reconocimiento de Cataluña como Región Mundial de la Gastronomía 2025 \(CRMG25\)](#) ya las acciones orientadas a posicionarlo la como destino enogastronómico de referencia mundial.

Desde la Agencia Catalana de Turismo (ACT en adelante) se impulsarán toda una serie de iniciativas **con** el objetivo de posicionar Cataluña como gran referente mundial de la enogastronomía. Una serie de presentaciones orientadas a operadores, prensa y prescriptores, con un componente tecnológico e innovador de turismo enogastronómico, en **cuatro ciudades del mercado español**.

En estas presentaciones se quiere difundir la propuesta de valor del turismo enogastronómico en Cataluña recogidos en el plan de producto de la enogastronomía: concentración de productos de calidad, existencia de cocina tradicional y cosmopolita, paisajes agroalimentarios, platos típicos, chefs de reputación internacional, oferta de más de 300 bodegas visitables, patrimonio cultural vinculado a la gastronomía y el vino, territorios con oferta enogastronómica competitiva, etc.

### 2. Objeto del contrato

El objeto del contrato es el asesoramiento, conceptualización, organización y ejecución de la experiencia gastronómica Som Gastronomia Tour, entendido como una serie de presentaciones orientadas a público profesional –operadores, prensa, influencers y otros prescriptores– con un componente tecnológico e innovador de turismo enogastronómico. El objeto del contrato también incluirá el diseño, producción, decoración, montaje y desmontaje, transporte y supervisión de todos aquellos elementos necesarios para poner en marcha las presentaciones de esta experiencia gastronómica.

Las presentaciones se llevarán a cabo en cuatro ciudades del mercado español en el segundo semestre de 2025.

Los motivos que justifican la no división en lotes del objeto están contenidos en la memoria justificativa del contrato.

### **3. Características del espacio, de las zonas de cada presentación y desarrollo de las presentaciones**

#### **3.1. Características del espacio**

La ACT contratará espacios en las ciudades españolas donde se realizarán las presentaciones del Som Gastronomia Tour que sean emblemáticos, interiores y de una superficie mínima de 400 m<sup>2</sup>. Queda excluido de este contrato el alquiler de estos espacios en los que se desarrollarán las presentaciones.

El espacio estará dividido en dos áreas:

- Zona de acogida y presentación (200 m<sup>2</sup> aprox.)
- Zona experiencia gastronómica (zona sensorial y degustaciones) (200 m<sup>2</sup> aprox.)  
Dentro de esta zona habrá:
  - el showcooking
  - las mesas y sillas donde se procederá a degustar las catas

#### **3.2. Características de las zonas de cada presentación**

Cada una de las 4 presentaciones tendrá una duración de entre 2 y 3 horas, y seguirá el siguiente esquema de programa:

**Lugar: “Zona de acogida y presentación” (200 m<sup>2</sup> aproximadamente).**

Duración: entre 30 a 60 minutos.

- Llegada de los asistentes (100 pax. máximo).
- Dinamización con los participantes a través de los photocalls, las paradas de producto y las gafas de Realidad Virtual del Grand Tour de Catalunya.
- Presentación de Cataluña Región Mundial de la Gastronomía 2025 y parlamentos de las autoridades.

**Desplazamiento a la “zona experiencia gastronómica” (200 m<sup>2</sup> aprox.).**

Duración: entre 90 a 120 minutos.

- Entablar los asistentes.
- Experiencia gastronómica vinculada a la nueva ruta Prueba el Grand Tour de Catalunya
- Gamificación con preguntas, networking y premios por los ganadores (30 minutos)

#### **3.3. Desarrollo de las presentaciones**

##### **Zona acoge y presentaciones**

Los 100 participantes irán llegando al evento y una vez acreditados pasarán al área de parlamentos donde encontrarán los diferentes photocalls, gafas inmersivas y tenderetes gastronómicos. En este espacio uno o dos dinamizadores tendrá que relacionarse con los participantes e invitarles a interactuar con los decorados de la sala.

Posteriormente, se iniciarán los parlamentos presentando en Cataluña como destino de turismo Enogastronómico y poniendo en valor el mosaico agrícola de Cataluña y sus productos de calidad y comunicando que en 2025 Cataluña es la Región Mundial de la Gastronomía

### **Zona experiencia gastronómica**

Finalizados los parlamentos se pasará a la zona de experiencia gastronómica se probarán diferentes platos de cocina catalana basados en productos singulares . Después de cada uno de los platos se hará una pausa donde se podrá explicar los productos y el territorio al que pertenecen, cuyos sellos de calidad dispone, como la gastronomía que estamos catando representa un paisaje, unos productores y productoras, el esfuerzo de las personas, una forma de vivir, vivencias y emociones, el trabajo de cocineros y cocineras, tradiciones, visión de futuro y mucho más.

Los platos que se incluirán tendrán que ser representativos del territorio y será cocinado/asesorado como mínimo por dos chefs relevantes en la cocina catalana , haciendo que el acto sea más atractivo para los asistentes.

Una vez finalizada la experiencia gastronómica, el acto finalizará con una dinámica gamificada. La gamificación nos permitirá conectar con los asistentes, generar diversión e interacción mediante mecánicas propias del juego. Por otra parte, nos permitirá reforzar el mensaje que hemos querido transmitir a través de la presentación.

El acto acabará con un tiempo de *networking* , que servirá para relacionarse y consolidar los contactos pero también para animar a que sigan publicando y compartiendo contenidos en redes sociales, y por último, con el anuncio de los ganadores.

#### **4. Obligaciones de la empresa contratista:**

Las presentaciones de la experiencia gastronómica se llevarán a cabo en 4 ciudades del mercado español. La previsión inicial, tanto de las ciudades como de las fechas a realizarlas, es la siguiente:

- Vigo (1a. quincena de julio).
- San Sebastián (1a. quincena de septiembre).
- Valencia (3a. semana de octubre).
- Sevilla (3a. semana de noviembre).

Los lugares y fechas concretas se definirán y comunicarán a la empresa contratista como máximo a 3 semanas antes de la celebración de cada presentación.

##### **4.1. Convocatoria de los participantes**

- Diseño de una invitación digital.
- Realizar la convocatoria de los participantes a través de una base de datos propia de la empresa contratista, y por aproximadamente 100 pax. entre agencias de viajes, media, creadores de contenidos digitales, autoridades, etc. La empujada contratista deberá realizar el envío del correo informativo de este evento a través de sus propios sistemas, ajenos a los de la Agència Catalana de Turisme. Sin embargo, en el correo

informativo de la convocatoria del evento se deberá incluir un enlace que redirija a la plataforma que indique la Agencia.

- Acompañamiento durante el acto por parte de una persona del equipo y control de asistencia.
- Envío de nota de prensa.
- Informe final que consistirá:
  - el listado final de los asistentes.
  - publicaciones en los medios e impactos en las redes sociales.

#### **4.2. Asesoramiento, conceptualización y ejecución de la experiencia gastronómica sensorial**

- Asesoramiento en la selección de platos de cocina catalana y vinos (argumentar la selección de productos locales destacados):
  - Tener en cuenta la vinculación de los platos y productos locales con la Ruta Prueba el Grand Tour de Cataluña, su peso y papel dentro de la gastronomía catalana y la vinculación con el paisaje
  - Tener en cuenta el equilibrio territorial, diversidad de productos, que sean productos identitarios, que transmitan el mosaico agrícola y el esfuerzo de los productores, si tienen algún sello de calidad...
- Elaboración del guion e hilo conductor, dinámica de cata con emociones a transmitir.
- Asesoramiento, propuesta y contrato de mínimo 2 chefs por cada ciudad, relevantes en la cocina catalana que elaborará los menús de la experiencia gastronómica. Los honorarios del chef están incluidos en el precio del contrato.
- Propuesta de sumiller o experto/a gastronómico/a que conduzca las degustaciones. Los honorarios del/de la sumiller o experto/a gastronómico/a están incluidos en el precio del contrato.
- Elaboración del listado de necesidades logísticas del evento: necesidades técnicas del espacio para la elaboración de los platos (mobiliario, fogones, electrodomésticos y equipamiento de cocina, utillaje de cocina...), el espacio para la degustación ( mobiliario, menaje de sobremesa, vajilla...) y el espacio de entrada con puestos de exposición de producto local.
- Identificar y seleccionar proveedores de material (alquiler de mobiliario, fogones, utillaje...) y del producto local (listado de proveedores locales del producto, o destino, envíos necesarios...). Contacto con los productores y bodegas cuando la acción lo requiera. Búsqueda y relación con los proveedores de producto tanto en origen como en destino (producto que debe ser fresco o que no se puede enviar) necesarios para cada acto.
- Paradas de producto local: definir productos locales, mobiliario, mantel y distribución de los puestos de exposición de producto catalán en la entrada del acto.
- Definición y conducción de la gamificación al término de la experiencia gastronómica.

- Coordinación del personal involucrado (chef, ayudantes de cocina, sumiller o conductor del acto...). Reuniones de trabajo para definir conjuntamente la cena degustación y necesidades técnicas, así como el guion de la experiencia gastronómica sensorial.
- Coordinación con el equipo de la ACT antes y durante el acto. Reuniones de trabajo para validar la selección de platos y productos o espacios, entre otras cuestiones.
- Interlocución con los coordinadores de los espacios en los que se celebren las presentaciones.
- Coordinación de desplazamientos y alojamiento de los chefs catalanes participantes.
- Coordinación de la logística de transporte de todo el material necesario de Cataluña.
- Supervisión de la implementación de elementos necesarios para la producción de la acción en cada uno de los espacios.
- Producción, coordinación y conducción de la experiencia gastronómica sensorial en las ciudades previstas.
- La empresa contratista se encargará del merchandising a entregar a todos los asistentes de las 4 ciudades (precio máximo por pax. 20€ IVA excluido).
- Otras cuestiones necesarias para el correcto desarrollo del acto, en su caso.

#### **4.3. Diseño, producción, montaje y transporte de todos los elementos gráficos y decorativos**

Estos elementos gráficos y decorativos irán a la “zona de acogida y presentación”:

- Diseño y producción de mínimo cuatro estructuras para los photocalls. Cada una de ellas será de 3 metros de ancho y 2 metros de altura aprox.,. Tendrá que contener el claim de la nueva campaña "Catalunya buen provecho".
- Diseño y producción de tres paradas de exposición con producto catalán, que como mínimo incluya: vino, aceite, queso, cava, embutido, vermut, arroz, frutos secos, turrón IGP, hortalizas, fruta dulce, manzanas, producto envasado catalán. ..
- Diseño y producción de la gráfica de bienvenida.
- La ACT pondrá a disposición del evento unas gafas inmersivas del “Tasta el Grand Tour” con cartel informando de la animación y personal para gestionarlo.
- La empresa contratista se encargará de montar y desmontar todos estos elementos de decoración.
- Todos estos elementos deberán tener en cuenta, **la huella de carbono del evento**, la empresa contratista a través de la [Guía para organizar eventos sostenibles](#), tendrá que apoyar al equipo técnico de la ACT para calcular la huella a través de un excel calculador que facilitará la ACT.

Tanto en el punto 4.2 como en el 4.3 todo el relato enogastronómico deberá inspirarse en la campaña prevista en la primavera de 2025 y explicada en el **anexo 1** de estos pliegos.

#### **4.4. Suministro del equipo audiovisual**

- Instalar los equipos audiovisuales del evento:
  - Instalación en el área de presentación de una pantalla de leds Indoor suficientemente grande (aprox 5m de ancho, según espacio) para los parlamentos y vídeos.
  - Tarima de 60cm de altura.
  - Micrófonos inalámbricos por 3 pax.
  - Personal técnico sonido e imagen.
  - Iluminación del espacio.

#### **4.5. Suministro de mobiliario y menaje de las zonas**

La empresa contratista deberá suministrar el siguiente mobiliario:

- T aula de acogimiento y acreditación.
- Mesas y sillas por 110 pax (asistentes ACT y participantes).
- Mesa alta para showcooking donde se presentarán los platos de la degustación gastronómica con los electrodomésticos necesarios.

Asimismo la decoración de sobremesa:

- Menaje con mantel y elementos de decoración.
- Vajilla especializada por la degustación a concretar según necesidad del chef.

La empresa contratista deberá encargarse de montar y desmontar todos estos elementos.

#### **4.6. Transporte del material, almacenamiento y seguros**

La empresa contratista se hará cargo del transporte del material que conforma la decoración, mobiliario y otros elementos de las presentaciones, de la carga y descarga de dicho material en los espacios, y almacenará el material aprovechable durante el período entre eventos del Som Gastronomía Tour.

Los gastos de almacén irán a cargo de la empresa contratista.

Finalizadas todas las presentaciones, la empresa contratista procederá a destruir todo el material gráfico.

La empresa contratista deberá acreditar los siguientes seguros:

- Un seguro de transporte y daños del material por importe mínimo de 100.000 euros.
- Un seguro de responsabilidad civil que incluya la responsabilidad civil de explotación, patronal y de productos que responda por cualquier daño y perjuicio, ya sean corporales y/o materiales, y que cubra las actividades objeto de contratación, por un importe mínimo de 600.000 euros, con un límite por siniestro de 300.000 euros y de 150.000 euros por víctima. Esta póliza deberá incluir también la responsabilidad civil subsidiaria de subcontratistas y estar vigente durante toda la duración del contrato.

#### **4.7. Transporte y alojamiento**

La empresa contratista se encargará de contratar, gestionar y coordinar el transporte y alojamiento de su personal asistente al evento, así como de los chefs y dinamizadores que asistirán al evento.

La empresa contratista intentará que el alojamiento de los chefs y dinamizadores sea en el mismo hotel donde se alojen los asistentes por parte de la ACT. Si esto no fuera posible, será

necesario que la empresa contratista busque un hotel de unas características similares que esté situado cerca de donde se alojen el resto de asistentes.

## 5. Requerimientos técnicos generales obligatorios de la prestación

### 5.1. Supervisión de trabajos

La empresa contratista facilitará el diseño de la experiencia y los elementos gráficos necesaria con un plazo de antelación de 10 días para que el responsable del contrato pueda dar su visto bueno. El responsable del contrato podrá solicitar los cambios necesarios para adaptarse lo mejor posible a cada presentación.

### 5.2. Entrega

- a) La empresa contratista se compromete a respetar los plazos de montaje marcados por la ACT. La entrega de todos los elementos que conformarán cada presentación de cada experiencia gastronómica deberá estar siempre entre 6 y 12h antes del día de la presentación. Esto significa tener todos los elementos incluidos en el presente pliego terminados y colocados en su sitio.
- b) En el momento de entrega de todos los elementos de cada presentación, la ACT, a través de la persona responsable del contrato o persona que designe, levantará un acta de recepción, en la que se hará constar el estado de todos los elementos con indicación de todos aquellos defectos y desperfectos observados.

La empresa contratista deberá firmar esta acta. En caso de que se niegue a firmar la mencionada acta, la persona responsable del contrato de la Agencia Catalana de Turismo lo hará constar, y se entenderá que la empresa contratista acepta su contenido.

- c) En el supuesto de incumplimiento de las obligaciones establecidas en este pliego, la ACT dará las instrucciones necesarias a la empresa contratista para que lo solucione antes del inicio de la presentación.
- d) En caso de demora respecto del cumplimiento de los plazos establecidos o de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la Agencia Catalana de Turismo actuará de acuerdo con lo que se establece en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

### 5.3. Gastos no incluidos

Todos los gastos que se deriven de la contratación de los puntos anteriores están incluidos dentro del precio del contrato, a excepción de los siguientes:

- Gastos del catering/degustaciones gastronómicas.
- Gastos relativos a la contratación del espacio en el que se desarrollarán las presentaciones.

En todo caso será necesario que la empresa contratista se coordine con las diferentes empresas implicadas (espacio, cáterings, etc...) a fin de asegurar el buen desarrollo de la jornada.

## 6. Seguimiento y control de la ejecución del contrato

El órgano de contratación designará a una persona responsable del contrato que asumirá el control y la coordinación de la ejecución contractual con la empresa contratista a fin de tratar

directamente las cuestiones relacionadas con el desarrollo normal de las tareas indicadas en este pliego.

La empresa contratista deberá designar a una persona responsable a quien encargar la gestión de la ejecución del contrato y que deberá garantizar la calidad de la prestación objeto de este pliego, tratando directamente las cuestiones relacionadas con el desarrollo normal de las tareas indicadas en este pliego con la persona interlocutora designada por el órgano de contratación.

Las personas referidas anteriormente se reunirán con una periodicidad mínima de 15 días para supervisar, controlar y tratar cualquier aspecto vinculado con el desarrollo del contrato, a fin de asegurar que el mismo se está ejecutado conforme a lo establecido en el presente pliego .

A todos los efectos, estas reuniones mencionadas anteriormente se llevarán a cabo de forma telemática, aunque será posible tener reuniones presenciales en las oficinas de la Agencia Catalana de Turismo –en este caso, los desplazamientos deberán realizarse prioritariamente en transporte público o con vehículos de bajas emisiones: eléctricos, híbridos o de gas (bifuel de gasolina).

## ANEXO 1

La campaña publicitaria de Cataluña Región Mundial de la Gastronomía, saldrá en la primavera de 2025, adjuntamos el storytelling para que las presentaciones del Som Gastronomia Tour en España respire el alma de esta campaña.

El idioma de todos los elementos gráficos, excepto el claim principal, tendrán que ser en castellano.



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 cuideu la cuina catalana, la que ens parla del territori, del producte autòcton de qualitat, del 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.*

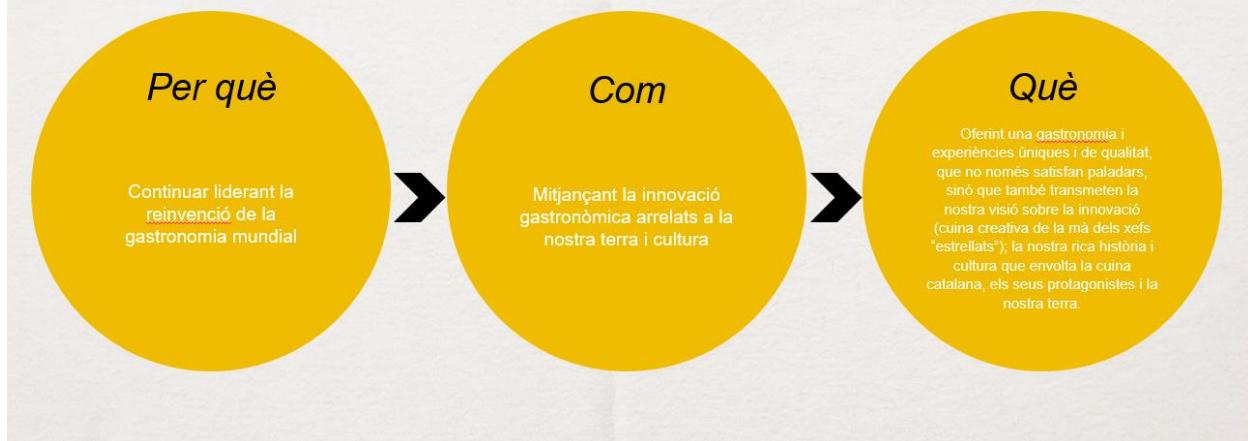
Catalunya com a regió sempre ha estat referent d'innovació i avantguarda, en tots els àmbits. La gastronomia n'és un gran exemple; i és que ja fa més de 30 anys que vam començar a posicionar Catalunya al món a través de la nostra manera única de pensar i fer cuina.

Fa mes 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 reinterpretà 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 *nosta* 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, agricultors i productors locals en contacte amb el producte/ingredients de qualitat. Paisatge patrimonial cultural gastronòmic, vinyes, DO'S i IGP's.

#### Taula

Tots els personatges que hem vist a l'inici es dirigiran 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'excellència, 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 genuí de la nostra terra i del mar. Som gastronomia.

Claim i subclaim restauradors:

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



Logo del Som Gastronomía, Cataluña Región Mundial de la Gastronomía:

