



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PEL CONTRACTE DE SERVEIS DE
CREACIÓ I EXECUCIÓ DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ I DEL PLA DE
SENSIBILITZACIÓ PEL SECTOR TURÍSTIC I LA POBLACIÓ LOCAL
MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT SIMPLIFICAT ABREUJAT, EN EL
MARC DE L'INSTRUMENT DE FINANÇAMENT NEXT GENERATION**

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PEL CONTRACTE DE SERVEIS DE CREACIÓ I EXECUCIÓ DE LA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ I DEL PLA DE SENSIBILITZACIÓ, PEL SECTOR TURÍSTIC I LA POBLACIÓ LOCAL, MITJANÇANT PROCEDIMENT OBERT SIMPLIFICAT ABREUJAT, EN EL MARC DE L'INSTRUMENT DE FINANÇAMENT NEXT GENERATION

1. Introducció

Aquest contracte està inclòs en l'execució del projecte “Creació del recorregut intercomarcal i interprovincial, GR175 La Ruta del Cister a peu i en BTT, com un producte turístic natural i sostenible”, finançat pel Mecanisme de Recuperació i Resiliència, establert pel Reglament (UE) 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de febrer de 2021, de la Unió Europea a través dels Fons Next Generation EU, instrument financer del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR) del govern espanyol, a través de la consecució dels objectius definits en el Component 14 – “Pla de Modernització i Competitivitat del Sector Turístic”, Inversió 1 – “Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat”, Submesura 2 – “Estratègia de Sostenibilitat Turística en Destinacions”, de l'esmentat PRTR (C14.I01).

El desenvolupament del turisme en zones rurals com són els pobles de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell per on transcorre l'itinerari de La Ruta del Cister GR175, pot significar la reactivació i/o complementació de les economies locals, mitjançant els ingressos generats pel turisme. El que vol dir, que els ingressos provinents del turisme, no tan sols retribueix als propietaris dels establiments turístics, sinó que a més està generant efectes multiplicadors a d'altres activitats productives de la zona, com ara comerços, produccions agràries i artesanals, construcció, bars, restaurants, etc. i distribuint els beneficis i repercutint en la població local.

El Consell Comarcal de la Conca de Barberà, com a ens gestor de La Ruta del Cister, ha apostat per promoure l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 com un producte turístic altament competitiu en l'actual conjuntura, caracteritzada per l'auge del consum de productes turístics sostenibles i respectuosos amb l'entorn i que proporcionen benestar personal. Aquesta acció respon a l'objectiu de lluitar contra el despoblament dels pobles rurals, posar en valor un seguit de recursos culturals i turístics del territori, per una aposta pel turisme sostenible basat en la preservació dels valors naturals i en la responsabilitat social i econòmica, per contribuir a fomentar la millora de la salut de les persones, i potenciar la mobilitat sostenible, entre altres.

L'itinerari de La Ruta del Cister es va crear l'any 1998 i segueix el traçat del GR175 que transcorre per tres comarques: l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell. És l'únic recorregut que enllaça entre ells els tres monestirs cistercencs: el Reial Monestir de Santes Creus, el Reial Monestir de Santa Maria de Poblet, declarat Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO a l'any 1991 i el Reial Monestir de Santa Maria de Vallbona.

Aquest itinerari es pot recórrer a peu, amb un total de 105 quilòmetres o en BTT amb un total de 108 quilòmetres. Compta amb 4 variants en els llocs més complicats pel trànsit dels ciclistes (GR175-1 Figuerola-Prenafeta; GR175-2 de Montblanc - Les Masies;

GR175-3 Mas d'en Llord-Cap del Coll; i GR175-5 Puig de Comaverd-Cal Guixó) i una altra variant, que es pot fer a peu o en BTT (GR175-6 per Blancafort i Solivella).

Per tal de poder atraure a turistes i usuaris d'aquest producte de senderisme i cicloturisme de muntanya BTT, cal fer-ne comunicació. Una comunicació ben segmentada i enfocada a consumidors usuaris de productes senderisme i cicloturisme, responsables i curosos amb el medi ambient, amb interès per l'oferta cultural i natural, les tradicions, els productes locals, etc. També, cal fer atenció a una comunicació més interna del territori, enfocada a les diferents entitats locals, empreses turístiques i població local perquè hi puguin participar, basada en la formació i informació, posant en valor l'itinerari i generant així un alt grau de coneixement i autoestima perquè n'esdevinguin prescriptors.

S'aposta per promoure un turisme responsable i essencialment de proximitat, però sense oblidar els principals mercats emissors de la destinació i principalment enfocat a individuals, grups petits d'amics i parelles, així com, a persones amb discapacitat visual ja que vol comptar amb eines digitals dissenyades especialment per aquests tipus de clients potencials.

S'aposta per un turisme sostenible perquè es fonamenta amb uns principis bàsics com:

- ✓ Té una petjada ecològica mínima per al planeta.
- ✓ Permet que els recursos naturals i culturals dels territoris es conservin per poder seguir sent utilitzats en el futur, i continuïn reportant beneficis a la població.
- ✓ El desenvolupament turístic es planifica i gestiona de manera que no causi problemes ambientals o socioculturals seriosos.
- ✓ La qualitat ambiental es manté i es millora.
- ✓ Els beneficis del turisme es reparteixen àmpliament entre tota la societat.

La comunicació ens ajudarà a contribuir al coneixement i posicionament de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 com un producte turístic de senderisme i cicloturisme de muntanya (BTT) a nivell nacional i internacional, atractiu i potent en l'àmbit del turisme actiu; això implica:

Aconseguir una marca consolidada per funcionar en un mercat altament competitiu.

Donar a conèixer al mercat el nostre valor afegit i potenciar les nostres característiques diferenciadores.

Fer política de marca, de manera que es potenciï la imatge de marca de l'empresa dins del nostre sector.

Apropar el concepte i la imatge de marca al nostre públic objectiu.

Tanmateix permetrà dinamitzar els recursos naturals i culturals dels pobles per on passa el recorregut, reconèixer i posar en valor els serveis que ofereixen els establiments especialitzats per atendre a senderistes i cicloturistes de muntanya i atraure a nous empresaris o activitat empresarial. Fomentar la implicació i participació de la població local en la cadena de valor turística, clau per a la millora de la sostenibilitat de l'activitat.

Per altra banda, també es vol fomentar i donar a conèixer l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 com un recorregut de turisme inclusiu, amb la intenció de facilitar una millor experiència turística a través de petits recorreguts adaptats a discapacitats sensorials i físiques que apropin el patrimoni cultural i natural d'una manera autònoma, fàcil i segura. I per això, també cal realitzar accions de formació i sensibilització per millorar l'atenció a les persones amb discapacitat als establiments i recursos turístics.

Finalment, generar tràfic al nou portal web específic de l'itinerari, el de La Ruta del Cister i a les xarxes socials de La Ruta del Cister.

2. Objecte del contracte

L'objecte d'aquest contracte és l'establiment de les condicions tècniques que regiran l'adjudicació, per part del Consell Comarcal de la Conca de Barberà d'una campanya de comunicació de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i del pla de sensibilització pel sector turístic i la població local, així com el seguiment del compliment d'objectius.

Seràn objecte d'aquest contracte els següents serveis:

1. Crear i executar una campanya de comunicació dirigida al target definit, així com, les principals accions de promoció turística, tenint en compte els valors de la marca, el missatge i els objectius específics.

2. Crear un pla de sensibilització dirigida a les diferents institucions locals, l'empresariat turístic i a la població local de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell, per fer-los coneixedors de l'existència de la ruta i dels serveis associats, que contempli la realització d'una breu formació sobre turisme responsable, inclusiu sostenible i conscient.

3. Característiques tècniques del servei

3.1. Campanya de comunicació

3.1.1. Objectius de la campanya de comunicació

Transmetre la imatge que La Ruta del Cister és també, una destinació de turisme actiu, de natura, de senderisme i cicloturisme de muntanya (BTT). Potenciar el fet diferenciador de que disposa d'un itinerari de La Ruta del Cister GR175 que enllaça entre sí els tres monestirs cistercencs: Santes Creus, Poblet i Vallbona de les Monges i es pot gaudir durant tot l'any.

Busquem especialment connectar amb el target d'una manera emocional que el sedueixi el contacte amb la natura i el món rural a través dels paisatges, recórrer pobles, de conèixer la població local, tastar la gastronomia, caminar pels espais naturals, visitar els monestirs, etc.

Que es visqui una experiència tranquil·la, amigable, respectuosa amb l'entorn i alhora connectada amb la cultura, la natura i la sostenibilitat.

Donar a conèixer la diversitat de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell que configuren La Ruta del Cister mitjançant experiències vinculades a la

sostenibilitat, cultura i natura, així com, a la resta de productes: enogastronomia, benestar i salut, artesanía,...

El descobriment d'un producte de senderisme i de cicloturisme de muntanya que es pot gaudir plenament durant tot l'any, amb l'objectiu de desestacionalitzar la demanda turística al territori.

3.1.2. Audiència i públic objectiu

La campanya de comunicació ha d'anar dirigida a un públic generalista i especialitzat en senderisme i cicloturisme de muntanya (BTT).

Dirigit a individuals, parelles i grups reduïts que els agrada fer rutes de durada mitjana i intensitat alta-moderada, combinades amb activitats de cultura i enogastronomia i, amb edats compreses entre 25-65 anys fent especial atenció al turista sènior i els ciclistes de muntanya elèctrica.

Dirigit a persones amb discapacitat visual a través de l'ús de les tecnologies digitals per a la inclusió.

3.1.3. Mercats a qui va dirigida la campanya de comunicació

- Mercat interior: Catalunya i la resta de l'Estat.
- Mercat internacional de proximitat: especialment procedents de Països Baixos, Bèlgica i França.

3.1.4. Característiques tècniques

A partir dels objectius de la campanya de comunicació, cal desenvolupar un concepte creatiu específic pel producte de senderisme i cicloturisme de muntanya, l'itinerari de La Ruta del Cister GR175, que es pugui diversificar i adaptar a totes les necessitats de comunicació, tant publicitàries com de promoció. Ha de poder adreçar-se al target des de la publicitat convencional i accions especials i continguts tant a canals offline com digitals i xarxes socials (Facebook i Instagram).

El plantejament creatiu d'aquesta campanya s'ha de desenvolupar sobre tres conceptes molt clars: la cultura, la natura i la sostenibilitat en tota la seva dimensió.

Volem ser percebuts com una destinació que camina cap a la sostenibilitat i es vol expressar en els termes propis del concepte i on la cultura i la natura són primordials i amplifiquen la resta d'elements promocionals.

Ha de mostrar l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 com un recorregut equilibrat territorialment, compensat en quan a experiències i ordenat.

Per una banda, serà concebut i promocionat com un tot i per recorre'l en la seva totalitat en diferents dies, serà la unió de tot allò que no et pots perdre per conèixer el territori a nivell cultural, natural, enogastronòmic, etc. I per l'altra, es detallaran les experiències en format ruta detallada fent diferents propostes per a que cada turista esculli.

Enfocar els missatges a beneficis racionals com:

- Destinació turística de primera línia.
- Amb molt bon clima durant tot l'any.
- Amb les millors infraestructures i serveis per anar en bicicleta elèctrica de muntanya.
- Amb una selecció d'establiments acollidors i de qualitat especialitzats per atendre a senderistes i cicloturistes de muntanya.
- Amb una incomparable oferta cultural i històrica.
- Amb una gran oferta enogastronòmica i de productes agroalimentaris.
- Amb una immensa varietat de paisatges, parcs naturals i espais protegits.
- Amb una variada xarxa de senders comarcals.
- Viure una experiència de benestar i salut.
- Incloure festes i tradicions.
- Incloure la sensació de viure una experiència d'immersió al món rural i compromesa responsable i sostenible.

El to de la comunicació:

- Ha de ser capaç de generar autoestima i atractivitat, lluny de tòpics i prejudicis.
- Real vinculat a les emocions i experiències pel qual es presenta una destinació acollidora i respectuosa.
- En format ruta. Viure l'esforç de caminar i de pedalejar en bicicleta, el gaudi d'arribar als monestirs, als pobles, dels paisatges, segellant el carnet 6T,...
- La comunicació ha de tenir un toc d'innovació i modernitat.
- L'element humà i les emocions hi han d'estar presents i són els elements fonamentals del missatge.
- La sostenibilitat: que es vegi com es recarrega una bicicleta elèctrica i s'arregla la bici, mentrestant el grup d'amics està passant una bona estona en algun lloc bonic.
- Tot el material emprat en la producció de la campanya ha de ser original, enregistrat i produït expressament per aquest contracte.
- La proposta creativa ha de ser adaptable als mercats català, espanyol i internacional de proximitat, especialment procedents de Països Baixos, Bèlgica i França.
- Les comunicacions i les creativitats seran redactades en català i, en algun cas, s'haurà de garantir la seva traducció de qualitat en castellà, anglès i francès.
- La proposta haurà d'acompanyar d'una proposta de mesura d'indicadors i seguiment de compliment dels objectius.
- Es valorarà la originalitat de com incideix sobre el públic de campanya: que impacti de manera amable i simpàtica i que inciti a la descoberta del territori.
- Els continguts, abans de ser difosos, hauran de tenir el vist i plau de la persona responsable del Consell Comarcal de la Conca de Barberà.
- Les accions específiques a desenvolupar inclouen la gestió integral del projecte per a garantir la coherència gràfica i de continguts de totes les peces.

3.1.5. Serveis i prestacions

Tenint en compte tota la informació recopilada amb les consideracions de l'anterior punt, els serveis i prestacions que es demanen són:

- A. Ideació del concepte creatiu de la campanya.
- B. Ràdio: redacció i locució de falques i publicitat.
- C. Premsa escrita: redacció del contingut i edició d'anuncis
- D. Internet: creació de continguts i publicitat a webs i xarxes socials
- E. Esdeveniments i relacions públiques.
- F. Edició de materials.
- G. Elements de comunicació, difusió i marxandatge.
- H. Suports publicitaris.

A. Ideació del concepte creatiu de la campanya, a més de la creació d'un relat o d'un storytelling atractiu i genèric de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i les variants de BTT. Inclou l'adaptació a les versions idiomàtiques (català, castellà, anglès i francès).

L'storytelling s'ha de vincular amb una imatge, un eslògan, un relat i uns continguts que ens permeti promocionar el producte (l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i les variants de BTT) al mercat d'interior i internacional de proximitat i relacionar el producte amb aquests elements des del seu llançament i durant els pròxims anys.

L'storytelling ha de contemplar:

- Un text global que emmarqui els pobles i els monestirs del recorregut i que expliqui la proposta de valor global de conèixer les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell a través de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 com un producte de senderisme i de cicloturisme de muntanya BTT.
- Aquest text ha de ser la base de tota comunicació referent a aquesta matèria i ha de permetre diferenciar el territori Cister d'altres territoris, fer més atractiva la seva oferta turística posant en valor la sostenibilitat, la diversitat paisatgística i la varietat d'experiències proposades.
- Un text per a cadascun dels pobles i del recorregut sencer que en destaquï els seus trets diferencials i la seva proposta de valor sempre vinculada amb el relat conjunt (molt important transmetre sempre la imatge de conjunt).
- Diferents formats/extensions del text general per tal d'utilitzar-lo en diferents campanyes de comunicació.
- Un eslògan que defineixi l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i les variants de BTT, que se'n puguin fer derivacions (mínim 3), destacant alguna de les seves singularitats i trets diferencials.
- Un eslògan per comunicar cadascun dels pobles que conformen l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i les variants de BTT, que se'n puguin fer derivacions (mínim 3 per tram).
- Integració del missatge de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175 i les variants de BTT al logotip de la marca La Ruta del Cister i adaptar-lo als elements o formats de campanya i les seves versions idiomàtiques.

B. Ràdio: falques i publicitat:

- Creació i inserció d'una falca de ràdio de com a mínim 20 segons, en una cadena de ràdio d'àmbit autonòmic i audiència acumulada diària en dies laborables superior als 300.000 oients, en llengua catalana amb un mínim de 75 emissions en antena i rotació de la falca a la web de la cadena de ràdio, amb un mínim de 20.000 visionats. Creació i inserció d'una falca de ràdio de com a mínim 20 segons, en una cadena de ràdio d'àmbit estatal i audiència acumulada diària en dies laborables superior als 500.000 oients, en llengua castellana amb un mínim de 50 emissions en antena i rotació de la falca a la web de la cadena de ràdio.

Llistat orientatiu de mitjans: Onda Cero, Rac1, Rac105, Cadena Ser, Catalunya Ràdio.

C. Premsa escrita: redacció del contingut i edició d'anuncis

Elaboració d'un redaccional adaptant l'storytelling (apartat A), per ser difós a mitjans de comunicació de premsa escrita. Inclourà l'adaptació dels anuncis necessaris per la inserció conjunta amb el text redactat (mínim 3 adaptacions. Inclourà la publicació de, com a mínim, 3 publireportatges a mitjans de premsa de Catalunya .

Llistat Orientatiu de mitjans: Descobrir Catalunya, La Vanguardia, el Periódico,

D. Internet: creació de continguts i publicitat a webs i xarxes socials:

- Creativitat de sis originals (una per el concepte global i cinc per a cadascun dels trams) per als mitjans internet amb formats innovadors com són: flex frame, baners interactius i 360º, bànners amb efecte sorpresa, etc. Inclou layout amb els elements distribuïts: imatge, claim, logotips, etc. Inclou adaptació a les versions idiomàtiques.
- Realització de reels per Instagram, directament o a través d'influencers i d'aliances amb col·laboradors externs (mínim 1).
- Disseny de baners i robapàgines. Hi haurà 6 creativitats i cada creativitat tindrà dues versions: una animada (GIF animat) i una altra versió estàtica. Inclou l'adaptació als diferents formats i a les versions idiomàtiques.
 - 1 experiencial que fomenti un turisme més responsable, sostenible i de proximitat.
 - 1 experiencial per donar a conèixer l'oferta turística (establiments, servei de guiatge,...) del recorregut del GR175 i el carnet 6T.
 - 1 experiencial que fomenti la visita als recursos turístics del recorregut del GR175.
 - 1 visual per donar a conèixer tots els pobles per on transita el GR175.

- 1 experiencial basat en el benestar i les emocions, en retrobar-se amb la natura i amb un mateix a través del gaudi del paisatge i els monestirs.
 - 1 genèrica de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175.
-
- Per a cada versió, l'empresa contractista entregarà el fitxer optimitzat i l'arxiu original separat per capes, també l'arxiu en format vectorial.
 - Els continguts generats s'inclouran a les xarxes socials de La Ruta del Cister i a la pàgina web de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175, al butlletí de turisme de La Ruta del Cister i a les web de La Ruta del Cister, dels municipis per on travessa el recorregut, dels establiments turístics al pas del recorregut i dels consells comarcals l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell, així com les seves newsletters.

E. Esdeveniments i relacions públiques:

En l'àmbit de les relacions públiques i els esdeveniments culturals, l'empresa contractista haurà de proposar, organitzar i assumir les despeses derivades de les següents accions promocionals:

- Organització d'un presstrip o blogtrip.
 - Disseny i planificació d'un itinerari de visites i activitats per a periodistes (de mínim un dia sencer), bloggers o creadors de contingut especialitzats en el sector corresponent.
 - Gestió de la convocatòria i selecció dels participants, garantint un impacte adequat a través dels seus canals de comunicació.
 - Cobertura de les despeses bàsiques associades, com ara desplaçaments dins de la zona de l'esdeveniment, dietes i materials promocionals.
 - Seguiment posterior i mesurament de l'impacte mitjançant la recopilació de contingut publicat pels participants.
 - Totes aquestes accions es faran sota la supervisió dels tècnics del Consell Comarcal de la Conca de Barberà.
- Acció amb microinfluencers:
 - Col·laboració amb un mínim de 3 microinfluencers (seguidors entre 5.000 i 50.000) especialitzats en el sector, assegurant una audiència alineada amb els objectius de la campanya.
 - Definició d'un pla de continguts que inclogui publicacions a xarxes socials, històries i possibles reels o vídeos curts per potenciar la difusió.
 - Seguiment i avaluació de resultats mitjançant mètriques clau com interaccions, impressions i engagement generat.

F. Edició de material informatiu i promocional de suport:

- L'empresa contractista elaborarà els esbossos, els plantejaments gràfics, el disseny, la producció i el tancament de les peces gràfiques (lliurament en format final i en format obert), farà la redacció de textos, la correcció ortogràfica i gramatical i les traduccions, així com les proves d'impressió i les correccions que se'n derivin. Incloure fotos i el mapa del recorregut (que aniran a càrrec de l'empresa de disseny gràfic). Incloure 3 mostres i 2 revisions mínim.
- El material imprès serà en 4 idiomes (català, castellà, anglès i francès) i incorporarà el logotip oficial del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, l'emblema de la Unió Europea – Next Generation EU, acompanyat del text "Finançat pel Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea – Next Generation EU". També s'inclourà el logotip de La Ruta del Cister, dels Consells Comarcals de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell.
- Un cop validats els materials publicitaris amb el Consell Comarcal de la Conca de Barberà s'imprimiran d'acord amb les especificacions d'ecoedició i materials i pràctiques més sostenibles.
- Adaptació html per incloure-la a les webs dels municipis, dels Consells Comarcals, de La Ruta del Cister i dels establiments turístics, la versió com a arxiu .pdf imprimible amb impressores domèstiques (en fulls de mida A4 amb un cos de lletra llegible), els arxius originals vectorials i/o separats per capes i les imatges originals.
- Els colors i tipus de lletra segons el manual d'identitat corporativa de la marca de La Ruta del Cister.
- Incloure el text: Itinerari de La Ruta del Cister GR175.

F.1. Fulletó o catàleg promocional del recorregut per etapes on es detalla, amb un mapa i gràfics, els detalls de l'itinerari: nivell de dificultat, distància i altitud de tot el recorregut, punts de segellatge,...

Les característiques seran:

- Format: 62x40cm a 2 cares, amb 6 cossos per cada cara. Mida tancat 10x21cm.
- Paper: 100% reciclat.
- Gramatge: 90 - 125 g .
- Grau de blancor: 80% .
- Nombre de tintes: Mínim 4 (inclòs el color corporatiu).
- Post impressió: Plegat en 6 cossos i díptic.
- Identitat corporativa de la subvenció, segons apartat 5.1, incloent els escuts del Paratge Natural de Poblet amb el de la Generalitat i el del CE Xiruca Foradada.
- Unitats: 5.000 unitats.

F. 2. Opuscle o revista digital, recull de bones pràctiques per als allotjaments.

Les característiques seran:

- Format: fitxer electrònic editable, tamany DIN A4.
- Incloure creativitat i disseny d'una plantilla editable.

- Identitat corporativa de la subvenció, segons apartat 5.1, incloent els escuts del Paratge Natural de Poblet amb el de la Generalitat i el del CE Xiruca Foradada.

F. 3. Carnet 6T amb espais per segellar i informació.

El Carnet 6T és l'eina de promoció de l'itinerari de la Ruta del Cister GR175 i, també és la targeta de pas i un bonic record pel senderista i cicloturista de BTT que el va segellant als diferents pobles per on passa, mentre fa el recorregut.

Es demana el Carnet 6T amb 20 caselles buides on posar els segells. Els segells són quadrats de 30x30 mm.

Les característiques seran:

- Format: acordió, amb fendits per facilitar el plegat en 3.
- Mides: 297 x 100 mm a 2 cares, amb 3 cossos per cada cara.
- Paper: 100% reciclat o mín. 50% reciclat; gestió forestal sostenible i qualitat òfset o superior. Que s'hi pugui escriure en bolígraf.
- Gramatge: 170 - 180 g.
- Grau de blancor: 80% o superior.
- Nombre de tintes: Màxim 4 (inclòs el color corporatiu) o 2 tintes (negre i color corporatiu).
- Unitats: 1.000 unitats.
- S'entregarà l'arxiu vectoritzat i el fitxer editable. Format: acordió, 3 plecs.

Disseny i contingut:

- Dibuixar 20 caselles buides on posar els segells (30*30 cm) i espais per escriure la data.
- Remarcar o diferenciar sis de les vint caselles que seran les que es demanaran com a mínim per poder rebre el Diploma 6T. Aquestes caselles seran: la 1, la 5, la 8, l'11, la 14 i la 18.
- Codi QR anirà redirigit a l'apartat dels allotjaments especialitzats per atendre i oferir serveis específics del web de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175.
- Codi QR anirà redirigit a l'apartat dels punts de segellatge del web de l'itinerari de La Ruta del Cister GR175.
- Espai amb les dades personals necessàries per enviar el Diploma 6T a través de notificació al telèfon mòbil i la normativa de protecció de dades vigent, en 4 idiomes.
- Disseny mapa del recorregut amb les variants de BTT i la variant 6 a peu i en BTT, les icones d'allotjaments, les icones oficines de turisme i destacar els monestirs amb un triangle PANTONE 186.
- Identitat corporativa de la subvenció, segons apartat 5.1, incloent els escuts del Paratge Natural de Poblet amb el de la Generalitat i el del CE Xiruca Foradada.
- Xarxes socials i el portal web.
- Portada: Els colors i tipus de lletra segons el manual d'identitat corporativa de la marca de La Ruta del Cister.

F.4. Diploma 6T

Les característiques seran:

- Format: fitxer electrònic editable, tamany DIN A4.
- Incloure creativitat i disseny d'una plantilla editable per poder posar el nom complet, la data del diploma, la data de finalització del recorregut, la modalitat (a peu o en BTT) i el nombre de dies que hi ha dedicat.
- Identitat corporativa de la subvenció, segons apartat 5.1, incloent els escuts del Paratge Natural de Poblet amb el de la Generalitat i el del CE Xiruca Foradada.
- Els colors i tipus de lletra segons el manual d'identitat corporativa de la marca de La Ruta del Cister.

G. Elements de comunicació, difusió i marxandatge. Producció de productes de marxandatge esportiu per repartir entre a fires, acte d'inauguració, usuaris, etc...

Les característiques seran:

- Format: buff tubular.
- Color: s'acceptaran propostes. Colors corporatius de La Ruta del Cister.
- Material: materials reciclats i contra els raigs ultraviolats.
- Unitats: 2.000 unitats.

H. Suports publicitaris: expositor de taulell personalitzat.

Les característiques seran:

- Format: Din-A4 (210 x 297 mm) amb caixetí de 105 mm d'ample.
- Material: metacrilat o de cartró mínim 50% sostenible.
- Disseny: personalitzat.
- Identitat corporativa de la subvenció, segons apartat 5.1.
- Unitats: 100 unitats.

4. Pla de sensibilització per el sector turístic i la població local

4.1. Objectius del Pla:

- Transmetre la imatge que La Ruta del Cister és també, una destinació de turisme actiu, de natura, de senderisme i cicloturisme de muntanya (BTT). Potenciar el fet diferenciador de que disposa d'un itinerari de La Ruta del Cister GR175 que enllaça entre sí els tres monestirs cistercencs: Santes Creus, Poblet i Vallbona de les Monges i es que pot gaudir durant tot l'any.
- Busquem especialment connectar amb el sector turístic i la població local generant un alt grau de coneixement i autoestima perquè n'esdevinguin prescriptors.

- Sensibilitzar, informar i formar per a millorar l'atenció oferta a les persones amb discapacitat en els establiments i en la destinació.
- Sensibilitzar als professionals i a la població envers al turisme regeneratiu i sostenible.
- Millorar els coneixements en economia circular, fidelització, qualitat, cultura dels camins, els beneficis de caminar, entre altres, aplicats al senderisme i cicloturisme de muntanya.
- Conèixer les metodologies i eines a l'abast per adaptar l'empresa a la digitalització.
- Familiaritzar al sector turístic amb els conceptes bàsics de l'acció climàtica i la seva relació amb el sector turístic, així com donar a conèixer les tipologies de certificacions, distincions, acreditacions i eines per la gestió de la qualitat en l'empresa turística rural.
- Sensibilitzar a la població i institucions locals sobre la prevenció d'incendis, participar en activitats d'educació ambiental, reconeixement de l'entorn, etc.
- Ha de ser un punt de partida per despertar l'interès en l'especialització de l'establiment turístic.
- Conèixer què és el senderisme i el cicloturisme de muntanya, les diferents modalitats i les característiques dels seus participants.

4.2. Audiència i públic objectiu:

El Pla de sensibilització ha d'anar dirigit a les diferents institucions locals, l'empresariat turístic i de la població local de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell.

4.3. Característiques tècniques del Pla de Sensibilització:

A partir dels objectius del Pla es demana una proposta metodològica basada en la participació activa dels participants del grup, dirigida a la reflexió i interiorització dels temes que es tracten i combinant teoria i pràctica, sempre guiats per l'experiència del formador o formadora.

D'aquesta manera pensem que les formacions es presentaran de forma motivadora, dinàmica i enriquidora facilitant que es puguin exposar obertament els diferents punts de vista a partir de les exposicions teòriques dels continguts.

La proposta formativa s'ha de distribuir territorialment en les tres comarques de La Ruta del Cister, es realitzarà en format online i tindrà una durada de 3 hores.

Les comunicacions i les creativitats del Pla seran redactades en català. L'empresa contractista elaborarà els esbossos, els plantejaments gràfics, el disseny, la producció i el tancament de les peces gràfiques (lliurament en format final i en format obert), farà la redacció de textos, la correcció ortogràfica i gramatical i les traduccions, així com les proves d'impressió i les correccions que se'n derivin.

Els continguts, abans de ser difosos, hauran de tenir el vist i plau de la persona responsable del Consell Comarcal de la Conca de Barberà.

L'empresa contractista haurà de tenir en compte la identitat corporativa de la subvenció, incorporant a la totalitat dels documents i elements presentats els següents logotips, així com la menció al finançament, a l'encapçalament del document resultant, en el cos de tots els documents i al peu de pàgina de totes les publicacions.



On es mostri el logotip oficial del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, l'emblema de la Unió Europea – Next Generation EU, acompanyat del text “Finançat pel Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea – Next Generation EU”. També s'inclourà el logotip de La Ruta del Cister, dels Consells Comarcals de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell.

Les accions específiques a desenvolupar inclouen la gestió integral del projecte per a garantir la coherència gràfica i de continguts de totes les peces.

L'empresa contractista haurà de complir les condicions de compliment a la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals i del Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades.

L'empresa contractista haurà de complir les condicions de l'apartat «Propietat i drets intel·lectuals» que regeixen la utilització tant de les imatges com de les músiques i les veus emprades i haurà de guardar als seus arxius les imatges en brut i a alta resolució de les gravacions que realitzi.

Les accions es duren a terme a les instal·lacions municipals i institucionals, o al lloc que es designi de mutu acord entre el Consell Comarcal de la Conca de Barberà i l'empresa contractista.

4.4. Serveis i prestacions:

L'empresa adjudicatària ha de gestionar, organitzar i assumir les despeses derivades:

- Dissenyar, programar i executar l'acció formativa de sensibilització (d'una durada mínima de 3 hores). Realitzar un programa formatiu de caràcter gratuït adreçat a les empreses i entitats turístiques.
- Edició material de difusió: L'empresa contractista elaborará els esbossos del material promocional del curs (cartell i tríptic en format digital); així com també el dossier formatiu entregat als participants al curs en format digital. Incloure 2 mostres i 2 revisions mínim.



Formació: Realització del curs de formació online, d'una durada mínima de 3 hores. Es realitzarà una gravació del contingut del curs per poder difondre'l amb els usuaris que no hagin pogut assistir. Continguts mínims:

- Informar sobre ètica i sostenibilitat en la promoció i informació del producte GR175 La Ruta del Cister.
- El Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència i el projecte de Creació del recorregut intercomarcal i interprovincial GR175 La Ruta del Cister, com producte turístic natural i sostenible.
- Ser bon coneixedor de l'itinerari de La Ruta del Cister GRT175 i dels itineraris de l'entorn.
- El repte de millorar l'experiència i la satisfacció del client. Eines per informar sobre La Ruta del Cister al visitant.
- El Turisme inclusiu.

5. Especificitats dels Fons PRTR

5.1. Identitat corporativa

L'empresa contractista, haurà de tenir en compte la identitat corporativa de la subvenció, incorporant a la totalitat dels documents presentats els següents logos, així com la menció al finançament, a l'encapçalament del document resultant i en el cos de tot el document:



On es mostri el logotip oficial del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, a més de l'emblema de la Unió Europea – NextGeneration EU, acompanyat del text “Finançat pel Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea – NextGeneration EU” i els escuts dels consells comarcals, segons Annex 3 - manual de marca i logos.

6. Seguiment i control de la qualitat

El Consell Comarcal de la Conca de Barberà es reserva el dret a la realització de comprovacions sobre la qualitat de l'objecte del contracte, a la seva recepció.

L'empresa contractista ha de complir les obligacions d'acord amb la legislació aplicable ambiental, laboral i tributària, i dels compromisos assumits d'acord amb les clàusules socials i ambientals incloses als plecs; així com el compliment de les obligacions en la subcontractació (comunicacions, pagaments a subcontractistes, etc.).



L'empresa contractista haurà de disposar de personal suplent amb la formació i l'experiència suficients per poder substituir les persones que prestin els serveis objecte del contracte en supòsits de vacances, absències i/o malalties.

El contractista ha de designar una persona responsable, amb capacitat suficient i demostrada, per tal que aquesta sigui el/la interlocutor/a directe i únic/a amb el Consell Comarcal de la Conca de Barberà. Les seves tasques són principalment:

- Realitzar el seguiment del contracte.
- Assistir a les reunions de seguiment i presentació de resultats de cada una de les fases, abans de prosseguir
- Aportar al Consell Comarcal de la Conca de Barberà la informació establerta i especificada en aquest plec de prescripcions tècniques.
- Atendre i proposar solucions davant les incidències que s'escaiguin.
- Ser el contacte directe via telèfon, correu electrònic per a la coordinació de les tasques a realitzar.

En cas d'absència, el contractista ha de comunicar al Consell Comarcal la persona que, amb les mateixes condicions, ha d'ocupar la seva posició.

7. Consideracions generals

El contractista és responsable de la qualitat tècnica dels treballs efectuats i de les prestacions i serveis realitzats, així com també de les conseqüències que es dedueixin per a l'Administració o per a terceres persones de les omissions, errors, mètodes inadequats o conclusions incorrectes en l'execució del contracte.

El contractista ha d'executar el contracte al seu risc i ventura i estarà obligat a indemnitzar els danys i perjudicis que es causin a terceres persones com a conseqüència de les operacions que requereixi l'execució del contracte. El contractista haurà de subscriure una pòlissa de responsabilitat civil segons l'establert al Plec de clàusules administratives.

8. Propietats dels treballs

Els drets de propietat intel·lectual dels continguts finals del treball (textos, models de documents, arxius informàtics, fotografies, imatges, gràfics, dibuixos, esquemes, mapes, etc.) i disseny de tots els productes resultants digitals i impresos, inclòs específicament el dret de transformació, seran exclusivament titularitat del Consell Comarcal de la Conca de Barberà, que podrà realitzar els canvis i actualitzacions que consideri oportuns. En tant que el Consell Comarcal de la Conca de Barberà tindrà tots els drets de propietat intel·lectual i d'explotació del material resultant, els podrà cedir per al seu ús en accions de qualsevol tipus que dugui a terme qualsevol municipi integrant a la Ruta del Cister, alhora que podrà permetre a l'adjudicatari dels treballs mostrar-los a tercers com a exemple de feina realitzada. Tot això respectant estrictament els drets morals dels autors.

En queden excloses les bases cartogràfiques, mapes, etc., propietat de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, així com altres documents i arxius base, de referència i de consulta que s'hagin pogut utilitzar per la realització d'aquest treball i que siguin públics o privats i el seu ús lliure o autoritzat.

L'adjudicatari haurà de vetllar perquè totes les figures, imatges, mapes, etc. puguin ser utilitzades i reproduïdes a l'hora de fer servir els treballs finals per part del Consell Comarcal de la Conca de Barberà i els seus municipis. A tal efecte haurà de disposar de les autoritzacions pertinents per escrit, també en el cas de tenir els drets terceres persones. Aquestes autoritzacions hauran de formar part de la documentació a lliurar a la finalització dels treballs.

9. Acceptació dels treballs

En tots els casos el Consell Comarcal revisarà tots els treballs i documentació produïda per verificar-la i comprovar que no hi ha hagut cap error.

En el cas que s'observi alguna qüestió a modificar o algun error, aquest s'haurà d'esmenar obligatòriament abans de l'acceptació final. En el cas que no s'observi cap circumstància anòmla es procedirà a acceptar la feina lliurada com a definitiva, i es realitzarà el corresponent informe.