

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIX EL CONTRACTE DE SERVEIS  
MITJANÇANT PROCEDIMENT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT I SENSE CONSULTA  
PER UN DRET D'EXCLUSIVA, DEL CONTRACTE DE PATROCINI EN DONOSTI  
ZINEMALDIA FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN INTERNATIONAL FILM FESTIVAL,  
SECCIÓ CULLINARY ZINEMA**

**Primer.- Antecedents.**

L'ACT realitza accions de promoció, comercialització, publicitat i màrqueting de Catalunya com a destinació turística tant a Catalunya i Espanya, com a l'estranger a través del seu pla d'accions.

El 2025 l'ACT està desplegant un pla d'accions de promoció on es prioritza el turisme enogastronòmic, aprofitant el nomenament de Catalunya com a Regió Mundial de la Gastronomia.

Dins d'aquest pla d'accions, s'està prioritzant el mercat espanyol, en concret la Comunitat de Madrid, la Comunitat Valenciana, Andalusia i el País Basc. També s'està fent focus en els mercats europeus i en mercats de llarga distància com Estats Units, Canadà, Japó, Xina i Mèxic. El públic objectiu d'aquestes accions és el turista foodie i wine lover, que té interès moderat o alt per la gastronomia i el vi en l'elecció de la seva destinació de viatge.

El Festival Internacional de Cinema de San Sebastián compta amb una secció anomenada "Culinary Zinema: Cinema i Gastronomia", creada en col·laboració amb el Festival Internacional de Cinema de Berlín i organitzada conjuntament amb el Basque Culinary Center per unir el cinema, la gastronomia i el desenvolupament de diverses activitats relacionades amb l'alimentació en els àmbits de l'educació, la ciència i l'agricultura.

Consta d'una selecció competitiva de propostes cinematogràfiques de diversos països relacionades amb la gastronomia, acompanyades de sopars temàtics elaborats per xefs de prestigi internacional.

El Culinary Zinema no és només la unió de cinema i cuina, sinó també un punt de trobada per a professionals dels dos mons. Sens dubte, una aliança única al panorama cultural i gastronòmic espanyol i internacional, amb representants de més de 75 nacionalitats del món i pel·lícules de 53 països.

**Segon.- Objecte del contracte.**

L'objecte d'aquesta contractació és fixar les condicions tècniques particulars que regiran per a la contractació del patrocini per publicitar la marca Generalitat de Catalunya, la marca Catalunya i la marca Catalunya, World Region of Gastronomy 2025, i de les campanyes institucionals i d'activitats de la campanya "Catalunya, la cuina que enamora el món".

L'empresa contractista que es convida és FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE DONOSTIA / SAN SEBASTIÁN S.A. dedicada a la promoció, el foment i la realització de manifestacions i activitats de difusió cinematogràfiques, i gaudeix del drets d'exclusivitat per la organització del Festival Internacional de Cinema de San Sebastián. Es tracta de l'únic operador que organitza un festival de ressò internacional que permet complir amb els objectius de retorn publicitari esperats, tant en el mercat espanyol com en els mercats internacionals.

En el mercat espanyol no hi ha una alternativa raonable que pugui realitzar aquest patrocini, degut a que aquest festival s'adreça, per una banda, a prescriptors experts en cultura i gastronomia de més de 75 països, així com també a la ciutadania basca, que és un mercat de potencials turistes cap a Catalunya d'alt interès. Per altra banda, és l'únic que compta amb

una secció específica de cinema gastronòmic, amb vinculació amb el Basque Culinary Center, entitat de renom internacional que té focus en la gastronomia.

Aquest festival té una repercussió publicitària molt alta, a l'entorn de 1.900 milions d'euros, tal com es desprèn de l'estudi realitzat el 2024 pel grup consultor Ikertalde. A nivell d'espectadors, es van registrar 95.966 jornades actives en la generació de despesa, de les quals aproximadament la meitat, 46.064 (48%), corresponen al públic donostiarra, 15.462 a visitants bascos o de les comunitats autònomes limítrofes que no pernocten (16%) i 34.440 a turistes que s'allotgen a San Sebastián o prop. (36%).

L'any passat es van difondre més de 162.000 notícies, gairebé 144.000 milions d'oportunitats de visionat. Amb el present patrocini es preveu un retorn publicitari de la marca Catalunya lligada a la cuina catalana tant entre el mercat basc (l'any passat es van produir 123.211 assistències a projeccions adreçades al públic general, de les quals el 48% van ser donostiarres) com entre 5.314 experts culturals i gastronòmics internacionals, segons dades de 2024.

L'impacte econòmic generat pel festival el 2024 va ser de 47,9 milions d'euros.

Amb aquest patrocini s'espera aconseguir un impacte mediàtic alt tant en premsa basca com en la resta d'Espanya, així com en mitjans especialitzats a nivell internacional.

A aquest se sumarà l'impacte en canals externs als del festival, per un import similar als de l'any 2024, que va ser de 1.873.700.117 €. I respecte de les marques que són objecte d'aquest patrocini es preveu un retorn publicitari de un valor mínim 50.000 euros.

### **Tercer.- Obligacions del contractista.**

Les principals prestacions que es volen encarregar al contractista estan centrades en la presència d'imatge de marca Catalunya, marca Generalitat de Catalunya i "Catalunya, World Region of Gastronomy 2025" i la força d'atracció de prescriptors nacionals i internacionals amb interès per la cultura i la gastronomia.

#### **PRESÈNCIA DE MARCA**

##### **ONLINE:**

**Web del Festival:** Presència de marca a la pàgina web del festival com a patrocinadors al footer i a l'apartat d'agraïments a patrocinadors. El 2024 hi va haver 3.922.455 pàgines vistes de la pàgina web.

**Catàleg digital:** presència de marca al catàleg digital del festival.

**Xarxes socials del Festival:** Post informant sobre la col·laboració conjunta i compartició dels post que es generin a les xarxes #Catalunya Experience amb enllaç a l'spot de la campanya "Catalunya, la cocina que enamora al mundo".

##### **OFFLINE:**

**Displays i tanques:** Presència de marca als suports físics presents als exteriors dels cinemes de la ciutat i al Passeig Zurriola (davant del Kursaal), com a agraïment als patrocinadors.

**Flyers informatius:** Presència de marca a la "Guia pel·lícula a pel·lícula" que es distribueix entre els assistents i es ven al públic general. Se'n fa una inserció de ½ pàgina amb una tirada de 12.500 exemplars. També hi haurà presència al [Diari Oficial del Festival](#), del qual

se'n fan diàriament 6.500 exemplars.

**Diario Vasco:** Menció de la participació de l'Agència Catalana de Turisme com a patrocinador al diari de més repercussió mediàtica del País Basc. Es distribueix entre els assistents i entre la ciutadania. Se'n fan dues edicions de ½ pàgina.

**Displays, photocall, minutes del sopars, cartell de la secció "Culinary Cinema":** Presència de marca a tots els suport comunicatius situats a l'interior del Festival.

**Spot de 15 segons:** Emissió de l'spot publicitari "Catalunya, la millor cuina del món" a la pantalla exterior en Plaza Okendo i interiors a diversos espais del Festival (Kursaal i Teatro Victoria Eugenia). Se'n fan 10 emissions diàries al canal de tv oficial del Festival.

**Capçalera:** Emissió d'una imatge fixa o en moviment, amb opció d'incloure àudio, de la vinculació de la marca amb el patrocini. Projecció prèvia a cada pel·lícula de la secció Culinary Zinema.

**Menció a roda de premsa i notes de premsa del Culinary Zinema:** Menció com a patrocinadors a la roda de premsa del Festival que se celebra al setembre.

Aquestes contraprestacions permetran generar un important impacte de marca entre els més de 172.000 espectadors al festival, entre els quals 5.200 són prescriptors acreditats de 75 països, 1.000 són periodistes de més de 570 mitjans de comunicació i 2.300 són professionals de la indústria cinematogràfica.

#### ATRACCIÓ DE PREESCRIPTORES

**Invitacions:** Invitacions per diferents projeccions de pel·lícules tant del Culinary Zinema com de la resta de pel·lícules del Festival.

- 4 entrades per la Gala i la Festa d'inauguració
- 4 entrades per la Gala i la Festa Clausura
- 4 entrades per la Gala d'entrega de Premis Donostia
- 4 entrades per la projecció i sopar de la secció "Culinary Zinema"
- 60 Codis promocionals (120 entrades) que es podran bescanviar cada un d'ells per 2 entrades per a les diferents sessions del Festival excepte les Gales) en funció de les localitats disponibles

L'ACT podrà convidar prescriptors nacionals o internacionals amb interès per la cultura i la gastronomia, i així, aprofitant el reclam de l'assistència a la projecció de pel·lícules del festival, els explicarà els motius pels quals Catalunya té actualment la millor cuina del món.

**Convocatòria:** suport a la convocatòria a l'acte "Som Gastronomia Tour Espanya" que l'Agència Catalana de Turisme organitzarà el dia 22 de setembre a l'Hotel Maria Cristina". Els organitzadors del Festival faran convocatòria de prescriptors (tant mitjans de comunicació com experts gastronòmics locals i internacionals: inversors assistents al Spanish Screening: Financing and Tech i altres personalitats de la cinematografia que per algun motiu estiguin vinculades amb el món de la gastronomia.)

#### **Quart.- Termini d'execució del contracte**

La durada del contracte serà des del dia de la seva formalització fins a 27 de desembre de 2025.

### **Cinquè.- Seguiment del contracte**

El responsable del contracte és Damià Serrano i Miracle de la Unitat de Màrqueting d'Experiències de l'ACT, al qual li corresponen les funcions de seguiment i supervisió de l'execució de l'objecte del contracte, així com del compliment de les prestacions de publicitat a la finalització del contracte.

El responsable del contracte validarà totes i cadascuna de les aplicacions on aparegui el logotip de la Generalitat de Catalunya, el logotip de la marca Catalunya i el logotip de Catalunya World Region of Gastronomy 2025. Per aquest motiu, serà requisit l'aprovació prèvia de tots els materials abans de realitzar la seva producció per part d'aquesta unitat de l'ACT.

### **Sisè.- Informe de resultats**

L'empresa contractista haurà de presentar una memòria justificativa, descriptiva i fotogràfica que acrediti el compliment de les contraprestacions publicitàries acordades, incloent-hi:

- Informació sobre el desenvolupament efectiu de l'activitat patrocinada, on es veuran reflectits la notorietat de marca, presència de logotip, la totalitat de les notícies i la valoració de la seva presència, incloent-hi també les que s'hagin publicat a altres mitjans externs (cadena de TV i ràdio, mitjans impresos i mitjans en línia).
- Recull fotogràfic (tant de l'activitat com dels elements de difusió).
- El retorn de la inversió en termes publicitaris, mitjançant un informe de repercussió genèric en mitjans de comunicació de les notícies publicades en relació amb la Secció Culinary Zinema i del Festival en general fins a l'octubre de 2025.
- L'anàlisi de l'impacte i la repercussió mediàtica en el marc del patrocini, mitjançant un informe d'impacte mediàtic, on s'analitzarà la presència als mitjans de les 3 marques conjuntament.

Aquest informe serà necessari per a l'avaluació de la rendibilitat del contracte i constituirà un requisit per a la seva liquidació, i que haurà d'acreditar un retorn publicitari mínim de 50.000 euros.

El termini màxim per a presentar la memòria s'estableix en tres mesos des de la finalització de l'esdeveniment, per presentar la memòria on es detalli l'impacte del patrocini.

Damià Serrano i Miracle  
Director de Màrqueting d'Experiències i Recerca  
Unitat de Màrqueting d'Experiències