



Consell Comarcal
del Pla d'Urgell

Plec de prescripcions tècniques del servei relatiu a la realització d'una campanya de producció i difusió de 5 itineraris turístics del Pla d'Urgell

1. Objecte del contracte

Aquest plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars de la contractació del disseny, la creació i la inserció d'una campanya de turisme basada en 5 rutes experiencials per la comarca del Pla d'Urgell, les quals tenen en comú els objectius de potenciar els atractius turístics del Pla d'Urgell.

Els objectius d'aquesta acció són fomentar el Pla d'Urgell com a destinació de turisme de proximitat i projectar la comarca amb autenticitat a través d'experiències visitables on la població local es converteix en protagonista.

Els públics objectius d'aquesta campanya són els seus visitants, els turistes i els residents de la comarca.

L'objecte d'aquest contracte s'estructura en dos lots:

LOT 1

2. Descripció de cada itinerari

Itinerari 1: "Coneix-nos". Valors clau: Història, aigua, patrimoni, sentiment de pertinença.

Breafing idees força: Sabràs d'on venim i per què som així.

- Objectiu: Interpretació de la història i arrels comarcals.
- Punts d'interès: Oficina de Turisme (en endavant OT), referències al Clot del Dimoni, Tossal de les Tenalles, trinxeres i búnquers de Torregrossa, Castell de Torregrossa, Casa Canal, casella del canaler, així com també entorns propers a la comarca com el Castell del Remei, entre d'altres.

Itinerari 2: "Viu com un dels nostres". Valors clau: Qualitat de vida, autenticitat i quotidianitat.

Breafing idees força: Compartim la nostra qualitat de vida

- Objectiu: Mostrar el dia a dia saludable i tranquil.
- Punts d'interès: OT, establiments d'esmorzar de forquilla i esmorzars de forn de la comarca, passejades per camins rurals, per espais naturals, punts de venda de productes de proximitat, agrobotigues, i establiments de restauració de la comarca.



Consell Comarcal del Pla d'Urgell

Itinerari 3: “Ets un artista?”. Valors clau: Creativitat i expressió artística.

Breafing idees força: Ruta per a amants de l'art.

- Objectiu: Mostrar el patrimoni artístic viu.
- Punts d'interès: OT, Enciclopedia Mural d'Ivars d'Urgell, Cal Sant, Museu dels Vestits de Paper de Mollerussa, murals en diferents poblacions del Pla, Cal Bufalà, així com altres espais d'interès propers com ara el Festival Gar-Gar, entre d'altres.

Itinerari 4: “Vols desconnectar?”. Valors clau: Natura, aigua, silenci i salut mental.

Breafing idees força: Silenci, natura i calma.

- Objectiu: Posicionar el Pla com espai de desconexió.
- Punts d'interès: OT, l'Estany d'Ivars i Vila-sana, camins i banquetes, cal Castell, Tossal de les Sogues, Castell hospitaler de Barbens, les postes de sol, entre d'altres.

Itinerari 5: “Si vens amb bici”. Valors clau: Mobilitat lenta i sostenible, salut i esport.

Breafing idees força: Ruta cicloturística plana.

- Objectiu: Destí per a famílies i *slow travel*.
- Curta: Ruta circular estany
- Llarga: OT, Subcanal fins a Sidamon, *pump tracks* de Miralcamp, de Golmés, de Castelnou de Seana i altres propostes per l'ús de la bicicleta existents a la comarca.

3. Activitats i funcions de l'empresa contractista

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar amb els seus mitjans les tasques que es descriuen a continuació:

3.1.Preparació, creació i planificació.

Aquesta part ha d'incloure el pla de treball general i la corresponent calendarització en un cronograma per a la conceptualització i redacció dels textos *copies* per a cadascun dels 5 itineraris, el disseny de les creativitats i la seva aplicació als diferents suports, així com també el pla de comunicació i publicitat multicanal i l'avaluació final que se seguiran.

Les reunions i seguiment podran ser presencials i/o virtuals. Tindran una periodicitat mínima d'una reunió mensual. L'equip tècnic estarà en permanent contacte amb l'equip tècnic del Consell Comarcal del Pla d'Urgell. L'empresa informará amb una periodicitat quinzenal de la gestió.

L'empresa adjudicatària assignarà una persona de contacte.



Consell Comarcal del Pla d'Urgell

3.1.1. Conceptualització i redacció del relat comarcal per a cadascun dels 5 itineraris

Correspon a l'empresa adjudicatària la redacció dels continguts promocionals per a tots els suports necessaris que s'especifiquen més endavant en aquest plec, així com la producció de totes i cadascuna de les peces que es descriuen per a cadascun dels 5 itineraris.

3.1.2. Disseny de les creativitats i la seva aplicació als diferents suports

Caldrà crear i dissenyar totes les peces (màsters) necessàries en funció de la proposta creativa presentada per a cadascun dels 5 itineraris i les seves respectives adaptacions per al següent material:

Disseny d'un mapa per a cadascun dels itineraris en format digital i amb QR geolocalitzats.

Disseny d'un tríptic informatiu per a cada un dels itineraris. Tríptics A4 plegat (210 × 297 mm)

Disseny de cartells en format digital mida Cartells DIN A2 (420 × 594 mm).

Disseny d'estovalles individuals de paper (A3, 297 × 420 mm).

Continguts digitals necessaris:

52 publicacions per a les xarxes socials *posts* amb text, imatges i enllaços.

52 vídeos curts *reels* d'una extensió màxima de 30".

4 redaccionals *brand content* d'extensió 3.000 caràcters.

5 creativitats per anuncis digitals i les seves corresponents adaptacions per a la publicació a les xarxes socials del Consell Comarcal del Pla d'Urgell.

Continguts actualitzats per als webs institucionals.

Els dissenys hauran de tenir en compte les normes d'aplicació del manual d'identificació visual del Consell Comarcal del Pla d'Urgell, el seu logotip, així com la referència a la col·laboració a les institucions que financen la campanya. Així mateix, si es considera oportú, caldrà incloure el distintiu *Autèntics* en tots els elements promocionals.

Aniran a càrrec de l'empresa adjudicatària totes les prestacions necessàries per a la producció integral que formin part de la campanya: fotografies, pel·lícules, àudios, jingles, drets d'imatge, baners i altres peces digitals, entre d'altres.



Consell Comarcal del Pla d'Urgell

3.1.3. Pla de comunicació i publicitat multicanal i avaluació

Execució i desplegament de publicitat multicanal. D'acord amb la proposta *social media* aprovada pel Consell Comarcal del Pla d'Urgell, l'empresa adjudicatària serà l'encarregada de l'execució i el desplegament de la publicitat multicanal a les xarxes socials i pàgines web que el Consell Comarcal posi a disposició de la campanya.

En el cas que sorgeixen oportunitats publicitàries en altres espais, serà obligació de l'adjudicatari dur a terme les adaptacions gràfiques necessàries per tal de poder cobrir necessitats d'inserció en suports com ara diaris o revistes.

Informes de seguiment

Caldrà presentar els resultats fruits de l'estratègia i la planificació de mitjans que hauran d'estar mesurats diferents mètriques KPI.

Gamificacions de màrqueting turístic

L'empresa adjudicatària haurà de dissenyar i desenvolupar accions a través del joc per tal de millorar l'experiència turística dels visitants, afavorir-ne la participació activa i fidelització. Se sol·licitarà una proposta de gamificació pels itineraris 2,3,4 i 5.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar i lliurar la versió definitiva de tota la documentació, en format editable (arxius de les creativitats i adaptacions generades durant el projecte).

4. Equip tècnic i requeriments generals obligatoris de la prestació

L'empresa adjudicatària del Lot 1 haurà de disposar d'un equip tècnic format, com a mínim, per personal que pugui realitzar les funcions de: director/a de projectes, dissenyador/a gràfic/a, *copywriter*, planificador/a *social media* i desenvolupador/a web.



Consell Comarcal del Pla d'Urgell

LOT 2

L'empresa haurà de gestionar el servei d'impressió del material que s'indica a continuació:

- Estovalles individuals de paper (A3, 297 × 420 mm). Blanc i negre, 1 cara, offset 90 grams.
Quantitat: 30.000
- Cartells DIN A2 (420 × 594 mm). Mate, color, 1 cara, 250 grams.
Quantitat: 200 exemplars
- Tríptics A4 plegat (210 × 297 mm): Estucat brillant, color, 2 cara, 170 grams.
Quantitat: 10.000 exemplars d'acord amb els 5 dissenys facilitats (estimació de 2.000 unitats per cada itinerari).

Els dissenys seran facilitats pel Consell Comarcal del Pla d'Urgell.

5. Propietat intel·lectual

El Consell Comarcal del Pla d'Urgell serà el propietari de tot el material que sigui elaborat durant l'execució del contracte, i, en particular, tots els drets de propietat intel·lectual que derivin d'aquest, inclosa l'explotació, en qualsevol modalitat i sota qualsevol format, per a tothom, del treball elaborat per l'adjudicatari, o els seus empleats, en execució del contracte, reservant-se el Consell Comarcal del Pla d'Urgell qualsevol altres facultats annexes al dret de propietat intel·lectual.

Serà propietat del Consell Comarcal del Pla d'Urgell el resultat dels serveis (material fotogràfic, vídeos, materials promocionals), així com quants materials i documents (planificacions, especificacions i presentacions, etc.) es realitzin.

6. Termini d'execució

El termini d'execució és l'anualitat 2025.

La tècnica responsable del servei