



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 DE LA GALA DE PRESENTACIÓ D'ENTREGA DELS GALARDONS GASTRONÒMICS "SOLES GUÍA REPSOL 2026", A TARRAGONA

1. Antecedents

La cuina catalana ha tingut dues revolucions. La primera la podem situar el 1324 amb el manuscrit Llibre de Sent Soví, un receptari de cuina medieval escrit en català vulgar que es considera un punt de partida per a altres obres de cuina europees posteriors. Els seus conceptes i receptes van influir en altres receptaris de la península Ibèrica, com el Llibre del Coch de Mestre Robert (1520), i en receptaris similars a França i Itàlia. Per tant, la cuina de França, Itàlia i Espanya parteixen d'aquest receptari. Això ha fet que la cuina catalana sigui considerada una cuina universal i que mai hagi estat reconeguda com a tal.

En canvi, amb la segona revolució, iniciada per cuiners visionaris, com Ferran Adrià i altres cuiners del moment i basada en la cuina tradicional i un producte nacional excel·lent, la cuina catalana s'ha situat allà on li pertocava i ara és reconeguda arreu del món. És indubtable que aquest cuiners han transformat la gastronomia catalana en una expressió cultural moderna, universal i innovadora. La seva revolució ha tingut un efecte profund no només en la manera com es cuina, sinó també en com es concep l'experiència culinària, convertint Catalunya en un referent mundial en turisme enogastronòmic.

Però aquests cuiners també han inspirat una nova generació de cuiners i cuineres catalanes que han continuat explorant el potencial creatiu de la cuina. Per això, actualment Catalunya és una de les regions amb més reconeixement gastronòmic, comptant amb un total 115 restaurants que compten amb Soles Repsol i de 62 restaurants guardonats amb un total de 77 estrelles Michelin i tres restaurants considerats els millors del món. Aparèixer en aquestes llistes és una mostra de la riquesa i diversitat de la gastronomia catalana, que combina tradició i innovació per oferir experiències úniques als comensals.

Per això, avui, Catalunya es troba en el seu millor moment gastronòmic, i és gràcies al treball conjunt de tota la cadena de valor de la gastronomia: productors, pescadors, sommeliers, caps de sala, cuiners, pastisser, etc.

L'Agència Catalana de Turisme (ACT en endavant) 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 i acompliments.

El 2025 l'ACT ha estat 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, doncs es tracta del principal mercat en atracció de turistes de proximitat cap a Catalunya, que aprecien molt la cuina i reconeixen la cuina catalana tradicional i l'alta cuina creativa com a una cuina de gran qualitat. Per a aquest públic objectiu una de les seves motivacions més clares d'elecció de destinació a on viatjar és la gastronomia, així que consulten aquells canals on troben recomanacions de restaurants o visites enogastronòmiques a realitzar. És per aquest motiu que el pla d'accions de promoció



de turisme enogastronòmic inclou accions de captació d'aquest turista foodie i wine lover adreçades a incidir en la seva decisió de viatge i, un cop són a Catalunya, a decidir quin restaurant o experiència escollir.

L'ACT proposa la contractació de REPSOL S.A per al patrocini de la celebració de la Gala de lliurament dels guardons gastronòmics "Soles Guia Repsol 2026" a Tarragona i "Soletes Repsol" a Alcanar, així com una sèrie d'activitats promocionals i de comunicació inherents i indivisibles a les Gales per a la difusió i conscienciació de la ciutadania i els turistes de la riquesa de la cuina catalana.

Les accions plantejades són d'una rellevància important per al públic objectiu designat. La Guia Repsol és el referent en la promoció del turisme i la gastronomia d'Espanya. Milions de persones han utilitzat i continuen acudint a Guia Repsol com a font d'inspiració i eina de cerca en els seus desplaçaments pel nostre país. Guia Repsol elabora anualment un llistat amb més de 1.500 restaurants en tota Espanya que han estat visitats i avaluats amb exigents criteris gastronòmics i d'experiència de client per un equip d'experts. Aquests restaurants es classifiquen en quatre categories (3 sols, 2 sols, i 1 sol més un nivell d'entrada com recomanat) segons el nivell d'excel·lència obtingut en la seva avaluació. Aquest llistat es renova anualment, amb sortides, entrades i reubicacions en cada categoria, generant un gran interès institucional, mediàtic i social.

Per la seva rellevància, la publicació d'aquest llistat, en l'actualitat 100% digital, s'acompanya d'una sèrie d'actes i activitats per a donar-ho a conèixer, així com per a donar la benvinguda a la comunitat gastronòmica a les noves incorporacions. Totes aquestes activitats s'engloben en un esdeveniment que se celebra en el primer trimestre de l'any en una ciutat espanyola que es converteix en la capital gastronòmica i seu oficial dels sols guia Repsol i que en 2026 serà Tarragona.

Per tot això, considerem treballar amb aquesta entitat per a la promoció de la gastronomia de Catalunya a través de la realització de diferents activitats que es detallaran més endavant. L'entitat té el prestigi suficient per a treballar en pro de la preservació de la cultura culinària de Catalunya i del talent i de la innovació del sector gastronòmic català.

Així mateix, es pretén amb aquestes activitats de promoció i comunicació incrementar el prestigi de la gastronomia catalana i per tant de Catalunya com a destí de turisme enogastronòmic.

És per això, que el lliurament dels "Soles Guia Repsol 2026" a Tarragona que suscita un interès creixent, tant entre la comunitat gastronòmica com entre el públic en general, per la seva promoció dels locals i pel foment de la identitat i orgull del propi es converteix en un esdeveniment de rellevància per als objectius anteriorment citats.

En l'esdeveniment de presentació de cada edició dels Soles, que porta organitzant-se des de 2019 en el seu format actual, aconsegueix cada any major notorietat i impacte mediàtic i, per tant, el seu conseqüent retorn publicitari. Així, l'edició 2024 dels Soles Guia Repsol, celebrat a Cartagena (Múrcia) va superar els 8,3 milions d'euros de valor publicitari equivalent (VPE) en impactes en premsa, ràdio, televisió i xarxes socials, i a l'edició 2025, que es va celebrar a Tenerife (Illes Canàries), l'impacte va ser de 7,2 milions d'euros d'impacte total econòmic generat en impactes directes com assistències, impactes per la presència de marques i impactes per repercussió mediàtica (presència en mitjans i xarxes socials).

El pla de comunicació que suposa la gala i les accions complementàries no sols té en



compte la capacitat d'abast a mitjans nacionals, regionals i locals sinó que compta també amb els propis cuiners i cuineres guardonats, de gran valor a l'hora d'amplificar i validar els missatges, així com els canals propi de Repsol i de Guia Repsol (web guia Repsol: 8,5 milions de pàgines vistes anuals; app amb 50.000 instal·lacions i les de 500.000 seguidors en xarxes socials.)

Tot això, tal com defineix la LCSP, en connexió amb l'objectiu d'estabilitat pressupostària i control de la despesa, una eficient utilització dels fons destinats a la prestació de serveis mitjançant l'exigència de la definició prèvia de les necessitats a satisfer, la salvaguarda de la lliure competència i la selecció de l'oferta econòmicament més avantatjosa.

2. Objecte del contracte

L'objecte d'aquesta contractació és es fixar les condicions tècniques particulars que regiran per a la contractació del patrocini per publicitar la gala de presentació i lliurament dels guardons gastronòmics "Soles Guia Repsol 2026" i "Soletes 2026" a la província per publicitar la marca de Catalunya, Costa Daurada i Terres de l'Ebre, i les campanyes institucionals i d'activitats de "Catalunya, la millor cuina del món".

L'empresa contractista que és convida és REPSOL S.A amb CIF A78374725 que disposa dels drets d'exclusivitat per a realitzar les accions detallades al següent apartat, a través de la marca GUÍA REPSOL i SOL GUÍA REPSOL, el qual recolza que els serveis objecte de contractació del present patrocini només poden ser proporcionats per aquesta empresa en concret i per tant, existeixen raons objectives que justifiquen l'impediment per a promoure la concurrència efectiva. Per tant, és evident que el contractista proposat com a adjudicatari és l'únic possible atès que posseeix els drets de propietat intel·lectual en exclusiva per a la celebració de les accions detallades sota la marca GUÍA REPSOL o SOL GUÍA REPSOL.

3. Obligacions de l'empresa contractista

El contractista quedarà obligat a executar i lliurar a l'ACT els serveis contractats en els terminis previstos. Els treballs realitzats en qualsevol de les seves fases seran propietat de l'ACT i, per tant, podrà recaptar al contractista en qualsevol moment els lliuraments de part de les prestacions, sempre que sigui compatible amb el programa de treball o planificació d'activitats i no afecti el correcte desenvolupament d'aquestes.

L'empresa adjudicatària complirà amb les següents obligacions vinculades a l'execució del contracte, en tot cas revesteixen la consideració de crítiques:

- El licitador es compromet a l'organització i realització del patrocini de la gala de presentació de lliurament dels guardons gastronòmics Soles Guia Repsol 2026 a Tarragona i la Gala Soletes 2026 a Alcanar, durant el primer trimestre de 2026.
- És responsabilitat de REPSOL S.A. entre altres, la contractació del recinte, i la tramitació i obtenció dels permisos que, si és el cas, anessin necessaris per a la correcta i completa execució de la gala de presentació de lliurament dels guardons gastronòmics Soles Guia Repsol 2026, assegurant les condicions adequades de salubritat i seguretat per als assistents a l'esdeveniment eximint a l'ACT de qualsevol tipus de responsabilitat que es derivi de tal incompliment. Així mateix, REPSOL S.A. ha de subscriure les pòlisses d'assegurances de responsabilitat civil necessaris, segons la normativa vigent en aquesta mena d'activitats, que cobreixin els possibles danys i/o perjudicis que podrien



produir-se i, en conseqüència, aquesta exonera a l'ACT de qualsevol responsabilitat sobre aquest tema.

El licitador assumirà totes les despeses derivades de l'organització i desenvolupament dels esdeveniments i activitats complementàries d'aquest, eximint a l'ACT de qualsevol tipus de responsabilitat que es derivi de tal incompliment, així com a l'abonament de tots els costos directes i indirectes necessaris per al bon desenvolupament de l'esdeveniment i la seva difusió internacional.

El contractista oferirà a l'ACT, en el marc de les esmentades activitats, les contraprestacions següents encaminades a afavorir i promoure la gastronomia de Catalunya i, per tant, a la imatge de Catalunya com a destí de turisme enogastronòmic:

A. ACCIONS PREVIES A L'ESDEVENIMENT

Inclusió dels logotips de l'Agència Catalana de Turisme, el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, la marca Catalunya i la marca Costa Daurada a:

- **Roda de premsa** de l'anunci de les accions que es realitzaran, amb participació dels representants de l'ACT, del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de Guia Repsol.
- **Vídeo presentació de l'esdeveniment** Gala de presentació i lliurament dels guardons gastronòmics "Sols Guia Repsol 2026", per a la seva emissió a la roda de premsa, distribució en mitjans, ús en xarxes socials pròpies i posada a disposició de l'ACT per a la seva difusió.

Projecció de vídeo de la campanya "la millor cuina del món" en la roda de premsa de l'anunci de les accions que es realitzaran en el marc de l'esdeveniment.

Participació dels representants de l'ACT, del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de Guia Repsol en la roda de premsa de l'anunci de les accions que es realitzaran en l'esdeveniment.

Assistència i intervenció del representant de Guia Repsol en **un mínim de 2 actes de promoció turística i gastronòmica** organitzats per l'ACT o el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona abans de l'esdeveniment.

Menció a Tarragona com a seu dels "Sols" en les **intervencions públiques** dels representants de la Guia Repsol.

B. ACTE DE BENVINGUDA A REUS

- **20 invitacions individuals** a l'acte de benvinguda a la disposició de l'ACT.
- Inclusió dels **logotips** de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de les marques Catalunya i Costa Daurada en el Photo opportunity i demés suports. Així com en el càtering realitzat per un restaurant local amb productes del territori.

C. CERIMÒNIA DE LLIURAMENT "SOLES 2026" A TARRAGONA

- Inclusió dels **logotips** de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de les marques Catalunya i Costa Daurada en:



- escenari durant la intervenció del/els representants, abans de l'inici i a la finalització de la cerimònia.
 - *photocall* institucional.
 - zona de còctel.
 - invitacions, comunicacions, acreditacions.
 - **Streaming** de la cerimònia en YouTube i un mitjà de comunicació digital d'abast nacional a definir amb presència de les marques Catalunya i Costa Daurada, i de la campanya "Catalunya, la millor cuina del món" en els cartells de l'emissió. La gravació quedarà disponible VOD en la web de Guia Repsol i YouTube, així com en els canals propis de l'ACT.
- Inserció de la **marca** Catalunya i la marca Costa Daurada al photocall, on es duran a terme les fotografies institucionals al photocall i cessió a l'ACT de les fotografies realitzades.
- **Intervenció institucional** de l'ACT d'un màxim de DOS (2) representants de l'ACT i UN (1) del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, l'ordre d'intervenció dels quals s'establirà per protocol.
- Projecció del **vídeo promocional** "Catalunya, la millor cuina del món" proporcionat per l'ACT (1'30" minuts durada màxima) en el primer bloc de la cerimònia, amb presència de la marca Catalunya i la marca Costa Daurada.
- **Lliurament de guardons** (1, 2, 3 Sols) en l'escenari per part de representants designats per l'ACT acompanyats d'una altra personalitat designada per Repsol.
- **Mencions al territori** per part del mestre o mestra de cerimònies.
- **Entrades** institucionals nominatives a disposició de l'ACT, en quantitat proporcional a l'aforament del recinte finalment seleccionat per a la celebració de la cerimònia, fins a **un 20% de l'aforament del recinte**.
- Inserció de la marca Catalunya i Costa Daurada en el recinte escollit pel **còctel** dels convidats realitzat per restauradors de Catalunya
- Posada en valor del gran moment actual de la cuina catalana, amb **mentió** a la campanya, "Catalunya, la millor cuina del món" durant la cerimònia de lliurament i participació de personatges representatius del sector gastronòmic català.
- El patrocinador formarà part del **grup de treball editorial** per validar la correcta execució de les obligacions relatives a contingut i missatges objecte del patrocini.

D. CREACIÓ DE CONTINGUT

- Inclusió dels **logotips** de Catalunya i Costa Daurada, en la secció Soles 2026 de la web www.guiarepsol.com.
- **Missatge institucional i presència de les marques** Catalunya i Costa



Daurada, en programa de mà distribuït entre els assistents, a tots els establiments que renoven qualificació en 2026 i publicat en pdf en la web de Guia Repsol.

- 1 **Reportatge** sobre el territori en el programa de mà i publicació a al web de Guia Repsol, amb inclusió de la campanya "Catalunya, la millor cuina del món". També serà publicat al web www.guiarepsol.com
- Creació de **4 reportatges** amb *branded content* gastronòmic/turístic vinculat a la seu i publicats a www.guiarepsol.com en base a campanya "Catalunya, la millor Cuina del món".
- Presència de representants de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a la **trobada amb restaurants de tres Soles** al matí del dia del lliurament i cessió de les fotografies a l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.

E. VIATGE DE PREMSA PER AMPLIACIÓ DE LA NOTORIETAT DE L'ESDEVENIMENT

- Organització d'un **viatge** de grup de premsa format per un mínim de 20 mitjans d'àmbit nacional, inclosos trasllats i allotjament en el territori.
- Disseny d'un programa d'activitat que permeti als mitjans acreditats l'adequada cobertura de l'esdeveniment amb especial èmfasis a la importància del territori.

F. CANALS PROPIS, XARXES SOCIALS I SUBSCRIPTORS

- Cobertura de l'esdeveniment en **xarxes socials** de Guia Repsol (amb més de 10 milions d'abast mensual) amb presència de la marca Catalunya i Costa Daurada en els directes, tant en la cerimònia de lliurament com en les accions amb la ciutadania en els que apliqui la realització de directes.
- Una publicació en **xarxes socials**, com a mínim, per cada acte previ amb intervenció de la Guia Repsol relacionat amb l'esdeveniment de la Gala.
- Publicació d'accions amb la ciutadania: **convocatòria** a la comunitat de seguidors de Guia Repsol, perfilada, informant de quan es realitzaran i cobertura de cada activitat, com a mínim, amb una publicació.
- Creació del **#SolesGuiaRepsol+MarcaTerritori2026** per al seu ús a les publicacions en perfils de Guia Repsol a Facebook, Ig, X i Tik Tok amb promoció de Catalunya en els mesos previs, durant i posteriors a l'esdeveniment.
- Enviament de **comunicacions a subscriptors** de Guia Repsol (+260.000 subscriptors) amb contingut relacionat amb l'esdeveniment i Catalunya (mínim 5 butlletins)
- **Promocions per a subscriptors** de Guia Repsol amb premis al territori.

G. DIFUSIÓ A LA CIUTADANIA EN ELS MESOS I DIES PREVIS A LA GALA



- **4 activitats** amb inserció les marques Catalunya i Costa Daurada a **Reus** relacionades amb la cultura culinària local i els Soles/Soletes, amb especial èmfasi a destacar el talent gastronòmic del territori, i participació de figures guardonades amb Soles. Algunes d'aquestes activitats es poden emmarcar dins d'accions organitzades per l'ACT o el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona com a recolzament comunicatiu i merchandising per a dinamitzar les activitats.
- **4 activitats** amb inserció les marques Catalunya i Costa Daurada, a **Tarragona** relacionades amb la cultura culinària local i els Soles/Soletes, amb especial èmfasi a destacar el talent gastronòmic del territori, i participació de figures guardonades amb Soles. Algunes d'aquestes activitats es poden emmarcar dins d'accions organitzades per l'ACT o el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona com a recolzament comunicatiu i merchandising per a dinamitzar les activitats.
- **1 activitat** amb inserció les marques Catalunya i Terres de l'Ebre, a Terres de l'Ebre relacionades amb la cultura culinària local i els Soles/Soletes, amb especial èmfasi a destacar el talent gastronòmic del territori. Es pot emmarcar dins alguna acció organitzada per l'ACT o el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona com a suport comunicatiu i marxandatge per dinamitzar-la.
- **Esment** a la participació de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona en les locucions i animacions que es realitzin en les accions acordades.
- **Recolzament comunicatiu** a totes les accions acordades i les organitzades per l'ACT o el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona. Així mateix, recolzament amb merchandising per a dinamitzar les activitats.
- Presència de les marques Catalunya i Costa Daurada/Terres de l'Ebre en tota la **cartelleria** emprada en les accions amb la ciutadania, tant en via pública com en comunicacions digitals.

H. CERIMONIA DE LLIURAMENT "SOLETES" A ALCANAR

- Presència dels **logotips** de l'ACT i del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de les marques Catalunya i Terres de l'Ebre a tota la cartellera de que sigui permesa a l lloc seleccionat per a la celebració de l'acte de lliurament de Soletes a establiments del territori coincidint amb la publicació de la campanya de primavera del 2026.
- **Mencions al territori** per part del mestre/a de cerimònies.
- **Intervenció institucional** de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona per part d'un màxim de DOS representants.
- **Presència de la marca** Catalunya i Terres de l'Ebre, en el recinte escollit al Còctel posterior per a un màxim de 250 assistents, realitzat per restauradors de Catalunya.
- Projectió del **vídeo promocional** "Catalunya, la millor cuina del món"



proporcionat per l'ACT (1'30" minuts durada màxima) en el primer bloc de la cerimònia, amb presència de la marca Catalunya i la marca Terres de l'Ebre.

- **Entrades institucionals** personalitzades a disposició de l'ACT, en quantitat proporcional a l'aforament del recinte finalment seleccionat per a la celebració de la cerimònia, fins a un 20% de l'aforament del recinte.

En cas que se suspengui alguna de les actuacions programades el licitador haurà d'anunciar-lo fefaentment el mateix dia o l'endemà, comunicant els motius d'aquesta, i quedant sota la potestat de l'ACT sobre la base de les circumstàncies que haguessin obligat a la suspensió, reduir la part proporcional del patrocini.

4. Termini d'execució del contracte

La durada del contracte serà des del dia de la seva formalització fins a 30 de novembre de 2026.

Les prestacions objectes del contracte es realitzaran en el següents terminis:

- Prestacions relacionades amb les Gales Soles Guia Repsol 2026 i Soletes 2026, fins a 30 de juny de 2026.
- Lliurament de l'informe resultats establert en el punt 7 d'aquest plec de prescripcions tècniques serà fins el 30 de novembre de 2026.

5. Requisits d'aplicació de les marques

Respecte la marca Catalunya, caldrà fer ús de les indicacions d'aplicació de logotips i de convivència de marques de la [Normativa gràfica d'identificació visual de l'Agència Catalana de Turisme](#).

Pel que fa al logotip de la Generalitat de Catalunya, s'haurà de seguir les instruccions següents: <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/identitat-visual/>

Les marques Costa Daurada, Terres de l'Ebre i Diputació de Tarragona s'hauran d'aplicar d'acord amb els següents requeriments:

- **Suports publicitaris**

Prensa, televisió, revistes, cartelleria, photocalls, llocs web, bàners, marxandatge, etc.

En tots els casos s'hi incorporarà la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre o ambdues juntament amb Diputació de Tarragona tenint en compte les normes especificades al document de Manual de convivència entre la marca de la Diputació de Tarragona i la resta de marques pròpies.

- **Aplicacions específiques**

En les peces audiovisuals publicitàries s'ha d'incloure la marca de la o les destinacions i la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

- **Reportatges publicitaris / prescripcions / notes de premsa.**



S'esmentarà tant la o les marques turístiques com el patrocini de la Diputació de Tarragona.

- **Esdeveniments / mitjans de transport / presentacions / *street marketing*.**

La o les marques turístiques estaran presents en un lloc visible i destacat per a vincular la destinació amb l'esdeveniment. També haurà de figurar la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

- **Lloc web / aplicació de l'esdeveniment.**

Si l'esdeveniment compta amb un espai web/aplicació, aquestes han d'incloure la o les marques turístiques i Diputació de Tarragona.

- **Comunicació online / continguts digitals /xarxes socials.**

(Audiovisuals, ràdio, suports *on/offline*, xarxes socials, documentals, notícies, reportatges, etc.)

En tots els casos s'esmentarà la destinació turística: Costa Daurada i/o Terres de l'Ebre així com la institució: Diputació de Tarragona.

Pel que fa a possibles campanyes que es facin a través de les xarxes socials de l'Agència Catalana de Turisme o de la Guia Repsol, s'etiquetarà els perfils, tant de marca com institucional en totes les comunicacions que es facin mitjançant aquests canals i es triarà els perfils corresponents de les taules que es mostren.

- **Suports publicitaris**

Prensa, televisió, revistes, cartelleria, photocalls, llocs web, bàners, marxandatge, etc.

En tots els casos s'hi incorporarà la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre o ambdues juntament amb Diputació de Tarragona tenint en compte les normes especificades al document de Manual de convivència entre la marca de la Diputació de Tarragona i la resta de marques pròpies.

6. Seguiment del contracte

La persona responsable del contracte és Beatriz Nubiola De Palacio de la Unitat de Màrqueting 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.

La persona responsable del contracte validarà totes i cadascuna de les aplicacions on aparegui el logotip de l'ACT i del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i de les marques Catalunya, Costa Daurada i Terres de l'Ebre, així com de la campanya "Catalunya, la millor cuina del món". 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.

7. Informe de resultats



Una vegada finalitzat l'esdeveniment, l'empresa contractista haurà de presentar una memòria justificativa que acrediti el compliment de les contraprestacions publicitàries acordades, incloent-hi:

- Informació sobre el desenvolupament efectiu de l'activitat patrocinada amb programació definitiva de totes les activitats.
- L'anàlisi detallat de l'impacte i la repercussió mediàtica de les accions patrocinades, amb el corresponent pla de comunicació, el clipping de mitjans (amb evidències de la presència de la marca), les dades d'audiència assolida, l'abast de l'esdeveniment tant per la repercussió nacional com internacional, així com per la seva retransmissió en línia, el resum de les notes de premsa emeses, i un balanç complet que quantifiqui la repercussió obtinguda. Així mateix, cal incorporar un informe específic del retorn de la inversió (ROI) en termes publicitaris, que inclogui la correcta utilització de la imatge de l'ACT, la valoració econòmica de la presència de marca en qualsevol format (audiovisual, gràfic, escrit o digital), tot comparant la inversió publicitària realitzada pel patrocinador amb el valor estimat de la visibilitat obtinguda.
- Detall de la repercussió de les mencions al territori a les xarxes socials de la Guía Repsol.
- Detall de la informació relativa a les assistències: nombre de personalitats i celebritats rellevants de la gastronomia nacional i internacional que participin en les accions previstes i en la Gala de lliuraments dels Soles Repsol 2026 i el nombre d'assistents a les accions realitzades.
- Recull fotogràfic de cada acció realitzada. Serà imprescindible el consentiment per a la utilització dels drets d'imatge i la cessió de les gravacions de l'esdeveniment una vegada realitzat, perquè l'ACT pugui usar-les amb tots els drets per al seu material promocional del destí.
- Informe del retorn de la inversió en termes publicitaris, on haurà de constar com a mínim, el clipping de la correcta utilització de la imatge de l'ACT i la seva valoració econòmica, amb detall de la fórmula utilitzada i justificació, tenint en compte la inversió publicitària realitzada per el patrocinador i la inversió obtinguda per la presència de la marca publicitada, ja sigui en format audiovisual, gràfic, escrit o per interacció en qualsevol suport, mitjà o format publicitari
- Conclusions: Es requereix en aquest apartat una breu referència a la importància d'aquest patrocini en l'esdeveniment/s així com la seva repercussió. A més, s'inclourà qualsevol altra informació que es consideri d'interès i que justifiqui aquest patrocini. Sempre que sigui possible es valorarà positivament un quadre resum dels impactes generats.

La memòria justificativa inclourà únicament aquells documents, certificats i materials que facin referència al patrocini en qüestió i la presència de la nostra marca. A més, tots els documents, certificats i materials esmentats en la memòria justificativa que no es presentin de manera gràfica en el document hauran de lliurar-se en un suport digital degudament referenciat.

Aquesta memòria serà necessària per a l'avaluació de la rendibilitat del contracte i constituirà un requisit per a la seva liquidació.



El termini màxim per a presentat la memòria on es detalli l'impacte del patrocini és el que s'ha establert a l'apartat 4 d'aquest plec.