

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA CELEBRACIÓ D'UN CONTRACTE ADJUDICAT MITJANÇANT PROCEDIMENT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT

[Perfil del contractant de l'Agència Catalana de Turisme](#)

A. Justificació de la necessitat de contractar

L'objectiu de l'Agència Catalana de Turisme és promocionar Catalunya com a destinació turística de referència internacional d'acord amb la seva diversitat, la seva qualitat i la seva rendibilitat social i econòmica. Així mateix, té l'objectiu específic de situar i desenvolupar la marca Catalunya com a referent de destinació turística de qualitat amb identitat pròpia, i també altres marques, denominacions o signes que identifiquin la realitat turística de Catalunya, com Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

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 aquests 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.

En aquest marc, l'Agència impulsa accions de màrqueting estratègic orientades a posicionar Catalunya a través de la campanya "Catalunya, la millor cuina del món", com a símbol de l'excel·lència gastronòmica i del talent culinari del país, reforçant-ne la projecció internacional.

L'objectiu del present contracte de patrocini és, per part de l'Agència Catalana de Turisme, aprofitar les sinergies amb la Guia Repsol i que l'impacte suposi una alta repercussió mediàtica i reputacional, i especialment es gaudeixi de la notorietat i la ressonància de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic objectiu el coneixement del seu nom o de la marca i d'afavorir-ne la

imatge i associar el seu nom al de l'esdeveniment Gala de lliurament dels guardons gastronòmics "Sols Guia Repsol 2026" i les accions vinculades.

Aquesta gala s'ha consolidat com la gran cita anual de la comunitat gastronòmica espanyola, que reuneix cuiners i cuineres, mitjans de comunicació, institucions, creadors de contingut i personalitats del sector gastronòmic i turístic. L'esdeveniment genera un impacte mediàtic i emocional de primer ordre, amb retransmissions en directe, cobertura digital, campanyes a xarxes socials i accions de difusió durant tot l'any.

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 "Sols 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

Al llarg del 2025 i fins al juny de 2026 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 prioritant el mercat espanyol, realitzant accions de promoció a Madrid, Vigo, San Sebastián, València i Sevilla. 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. Aquest és el públic objectiu que consulta la Guia Repsol i per tant, al que van adreçades totes les accions



que es proposen el present contracte de patrocini. 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.

Per a Catalunya, patrocinar aquest esdeveniment significa una oportunitat excepcional per:

- Posicionar-se com a destinació gastronòmica de referència internacional.
- Reforçar la notorietat mediàtica de Tarragona i del conjunt del territori com a bressol d'una cuina autèntica, innovadora i arrelada.
- Impulsar la desestacionalització amb un esdeveniment celebrat durant el primer trimestre de l'any (Q1), generant activitat turística i econòmica.
- Promoure el territori i els seus productors locals, vinculant-los a la narrativa de la cuina amb ànima i arrels. Connectar amb la ciutadania mitjançant activitats populars i accions participatives.

L'impacte del patrocini queda acreditat per les edicions anteriors:

- Cartagena 2024: valor publicitari equivalent de 8,3 milions d'euros, amb una audiència de 3,5 milions de persones i 19 milions d'usuaris impactats a xarxes socials.
- Tenerife 2025: valor publicitari equivalent de 7,4 milions d'euros, amb una audiència de 3,6 milions de persones i un 65% més d'interaccions en xarxes socials respecte a 2024.

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.)

Aquestes xifres evidencien el retorn mediàtic i reputacional que comporta el patrocini, molt superior a la inversió requerida.

En conseqüència, la col·laboració amb Repsol per a la celebració de la 7a Gala "Soles Guia Repsol 2026" a Tarragona i la Gala "Soletes" a Alcanar es considera una acció estratègica i idònia per als interessos de l'Agència Catalana de Turisme, la promoció de la marca Catalunya vinculada al claim de campanya "Catalunya, la millor cuina del món".

B. Objecte

Contracte de patrocini publicitari de la gala de presentació i lliurament dels guardons gastronòmics "Soles Guia Repsol 2026" i "Soletes 2026" a la província de Tarragona 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".

Aquest patrocini es configura com una forma de publicitat de caràcter indirecte, denominat "retorn publicitari".



Codis CPV:

79341000-6 – Serveis de publicitat

79953000-9 - Serveis d'organització de festivals

C. Procediment d'adjudicació i forma de tramitació

C1. Anticipat

☐ No

☒ Sí

C2. Exercici d'execució

2026

C3. Procediment

Negociat sense publicitat, d'acord amb els articles 168 i següents de la LCSP.

Justificació: el contracte de patrocini es troba regulat a la Llei 34/1988, de 11 de novembre, general de publicitat (en endavant LGP), modificada per Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millora de la protecció dels consumidors i usuaris, juntament amb els contractes de publicitat, de difusió publicitària i de creació publicitària. L'article 22 LGP el defineix expressament en els termes següents: "*aquell contracte en què el patrocinat, a canvi d'una ajuda econòmica per a la realització de la seva activitat esportiva, benèfica, cultural, científica o d'una altra índole, es compromet a col·laborar en la publicitat del patrocinat*".

El contracte de patrocini té per objecte una forma de publicitat indirecta, coneguda com a "retorn publicitari", que consisteix en el fet que el patrocinat autoritza el patrocinador a fer pública la seva col·laboració econòmica amb l'activitat objecte del patrocini. Així mateix, si així s'acorda, el patrocinat pot dur a terme accions actives orientades a donar visibilitat a aquesta col·laboració. A canvi, el patrocinador obté notorietat i projecció pública mitjançant l'associació de la seva marca o nom a l'activitat del patrocinat, amb l'objectiu d'incrementar-ne el reconeixement i reforçar-ne la imatge. Així, no es tracta d'una acció de comunicació directa pròpia d'un operador publicitari, sinó d'una fórmula de visibilitat que impacta en el públic mitjançant la presència de la marca en l'esdeveniment patrocinat.

D'acord amb l'article 26.2 de la LSCP, els contractes privats que subscriuguin les administracions públiques es regeixen, quant a la seva **preparació i adjudicació**, si no hi ha normes específiques, per les seccions 1a i 2a del capítol I del títol I del llibre segon d'aquesta Llei amb caràcter general, i per les seves disposicions de desplegament, i s'aplica supletòriament la resta de normes de dret administratiu o, si s'escau, les normes de dret privat, segons correspongui per raó del subjecte o entitat contractant. Pel que fa als seus efectes, modificació i extinció, aquests contractes es regeixen pel dret privat.

El present contracte s'adjudicarà mitjançant el procediment negociat sense publicitat i sense consulta prèvia, d'acord amb el que estableixen els articles 168.a).2 i 170.2 de la LCSP, així com l'article 29.4 de la Directiva 2014/24/UE.

Aquest procediment resulta justificat per raons tècniques i per la concurrència de drets d'exclusivitat, que fan que el contracte només pugui ser encomanat a un operador



econòmic determinat atès que l'empresa contractista que és convida és REPSOL S.A amb CIF A78374725 que és titular exclusiva dels drets sobre la marca Guia Repsol / Soles Guia Repsol, que s'adjunta com a annex 1 d'aquesta memòria, i per tant és l'única entitat que pot organitzar i gestionar aquest esdeveniment. No existeixen alternatives equivalents ni la possibilitat de concurrència, ja que el format, les marques i la producció estan sota control exclusiu de Repsol.

Per tant, 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.

Aquest procediment resulta justificat per raons tècniques i per la concurrència de drets d'exclusivitat, que fan que el contracte només pugui ser encomanat a un operador econòmic determinat atès que aquesta guia és el referent a la promoció del turisme i la gastronomia a Espanya. Milions de persones han utilitzat i segueixen acudint a Guia Repsol com a font d'inspiració i eina de cerca als seus desplaçaments pel nostre país. És, a nivell nacional, el líder en el foment del turisme i la gastronomia locals.

Tant el públic general com la comunitat gastronòmica reconeixen Guia Repsol com l'únic referent a nivell nacional que dona visibilitat i qualifica restaurants a tot el territori des d'una perspectiva de suport a un patrimoni immaterial del qual sentir-se molt orgullós. Es tracta de l'únic operador que aglutina més de 2.000 restaurants de ressò internacional que permet complir amb els objectius de retorn publicitari esperats en el mercat espanyol, on no hi ha una alternativa raonable que pugui realitzar aquest patrocini.

També es tracta de l'únic operador que ofereix propostes de restaurants adreçats a la ciutadania per a tots els poders adquisitius, des dels "soletes" fins als "tres soles Repsol".

En conseqüència, no existeix una alternativa raonable ni cap substitut equivalent, fet que impedeix la concurrència i, per tant, justifica l'excepcionalitat del procediment utilitzat.

L'empresa convidada a participar en el procediment quedarà obligada a executar l'objecte del contracte en els termes establerts en el present plec de clàusules administratives particulars, així com en el corresponent plec de prescripcions tècniques, amb submissió plena als requisits i condicions que s'hi determinen.

C4. Tipus de tramitació

Ordinària

C5. Tipus de contracte

Contracte privat

D. Divisió de l'objecte del contracte en lots
--

☒ No

☐ Sí

Justificació: aquest contracte no es pot dividir en lots ates/a el/la: D'acord amb el que disposa l'article 99.3 de la LSCP, aquest contracte no es pot dividir en lots ja que les prestacions compreses en l'objecte del contracte són inseparables i imprescindibles de manera conjunta, i, per tant, no es considera adient la seva divisió en lots, atesa la naturalesa de l'objecte —el patrocini—, que constitueix un contracte privat amb un objecte únic de contractació. Aquesta contractació es tramita amb una única prestació per raons d'eficàcia, eficiència i economia, ja que permet una millor racionalització dels recursos disponibles. La realització independent de les diverses prestacions previstes dificultaria la correcta execució del contracte, atès que la dependència i necessitat de coordinació entre accions és essencial per garantir-ne l'èxit, i l'execució separada podria comportar un menyscabament o detriment de les prestacions. A més, l'empresa REPSOL S.A. (CIF A78374725) és titular exclusiva dels drets sobre la marca Guia Repsol / Soles Guia Repsol, i per tant és l'única entitat que pot organitzar i gestionar aquest esdeveniment, fet que impossibilita jurídicament i tècnicament la seva divisió.

E. Persona responsable del contracte

Nom i cognoms	Beatriz Nubiola de Palacio
Càrrec	Cap de Marques
Unitat	Unitat de Màrqueting d'Experiències

F. Termini d'execució i pròrroga

El termini d'execució del contracte serà des de la formalització fins a 30 de novembre de 2026.

G. Condicions especials d'execució

G2. Socials

☒ Per a la igualtat de gènere

Descripció condició especial d'execució: l'empresa contractista s'obliga a aplicar en executar les prestacions pròpies del servei les mesures destinades a promoure la igualtat entre homes i dones. L'empresa contractista, en executar les prestacions pròpies del servei, s'obliga a evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes i fomentar una imatge amb valors d'igualtat, presència equilibrada, diversitat, corresponsabilitat i pluralitat de rols i identitat de gènere.

☒ Altres clàusules diferents de les anteriors

Descripció condició especial d'execució: caldrà que tota la comunicació associada als serveis contractats, tant a nivell escrit com oral i visual, sigui inclusiva, lliure d'estereotips i respectuosa envers tothom, evitant un llenguatge sexista, LGTBIQ+-fòbic, racista, classista, capacitista o estigmatitzador.

Justificació de les condicions especials d'execució socials seleccionades: les condicions especials d'execució seleccionades responen a la necessitat de garantir l'acompliment del [Codi per a una contractació pública socialment responsable en l'àmbit de l'administració de la Generalitat i el sector públic que en depèn](#) i és adequada a l'objecte d'aquest contracte, doncs té efectes indirectes en el contracte, afavorint que el personal laboral de les empreses contractistes treballi en condicions d'igualtat, comoditat, salut i benestar, entre d'altres:

- Per a la igualtat de gènere: en el marc de la Generalitat de Catalunya, l'Acord de Govern de 20 de juny de 2017 aprova el [codi per a una contractació pública socialment responsable en l'àmbit de l'Administració de la Generalitat i el sector](#)



públic que en depèn. Aquest codi aposta per la inclusió de clàusules per a la igualtat de gènere encaminades a eliminar qualsevol tipus de discriminació, desigualtat i invisibilitat que pateixen les dones. En relació amb les clàusules per a la igualtat de gènere, aquest Acord preveu que se seguirà una guia específica per a concretar-les i, mitjançant l'Acord del Govern de 12 de setembre de 2018, s'aprova la Guia per a la incorporació de la perspectiva de gènere en els contractes públics. Posteriorment, l'Acord de Govern de 20 de setembre de 2022 aprova l'actualització d'aquesta guia, la qual contempla incorporació de clàusules d'igualtat, com les detallades anteriorment, als contractes del sector públic que pretenen eradicar possibles discriminacions o desigualtats per raó de sexe, entre altres objectius. En aquest mateix sentit, la [Llei 15/2022, de 15 de juny, integral per a la igualtat de tracte i la no discriminació](#), estableix que les administracions públiques podran establir als contractes que celebrin, condicions especials amb l'objectiu de promoure la igualtat de tracte i no discriminació. La condició especial d'execució relativa a la igualtat de gènere establerta no només preveu el compliment de la legislació, sinó que a més a més tracte de fomentar altres valors socials que es consideren cabdals pel bon desenvolupament del servei objecte del contracte.

- Altres clàusules diferents a les anteriors: a més a més, és important destacar com a condició especial d'execució que la comunicació associada als serveis contractats ha de ser inclusiva, lliure d'estereotips i respectuosa envers tothom (per tant, evitant un llenguatge sexista, lgtbi-fòbic, racista, classista, capacitista o estigmatitzador), tal i com estableixen la Guia per a l'ús d'una comunicació inclusiva elaborada per l'Institut Català de les Dones.

- **Clàusula ètica.**

H. Garanties

Definitiva: no.

Justificació: atesa la naturalesa del contracte privat de patrocini, no s'estableix la constitució de garantia definitiva per part de l'adjudicatari d'acord amb l'article 107.1 de la LSCP.

I. Dades econòmiques

I1. Modalitat de determinació de preus

A tant alçat

I2. Pressupost Base de Licitació (PBL) i desglossament

a) IVA de la licitació: 21%

☐ Deduïble

☒ No deduïble

El pressupost base de negociació és de 950.000€, més 199.500€, en concepte del 21% d'IVA, que fan un total de 1.149.500€ amb IVA.

b) Determinació del sistema de càlcul del pressupost:

El pressupost base de licitació es basa en el anàlisi de les contraprestacions publicitàries que s'han de prestar en la contractació del patrocini i el retorn publicitari corresponent, que:

Descripció de les actuacions	Estimació valoració
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, la marca Costa Daurada en els actes previs: - 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 "Soles 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 "Soles" en les intervencions públiques dels representants de la Guia Repsol.	25.000€
B. ACTE DE BENVINGUDA A REUS	
20 invitacions a l'acte de benvinguda a disposició de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.	140.000€
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 demás 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	485.000€

Costa Daurada i de la campanya “Catalunya, la millor cuina del món” en: - Escenari durant la intervenció de les persones representants, abans de l'inici i a la finalització de la cerimònia - Photocall institucional - Zona de còctel - Invitacions, comunicacions i acreditacions - Streaming de la cerimònia a Youtube i a un mitjà de comunicació digital d'abast nacional a definir amb presència de les marques en els cartells de l'emissió. La gravació quedarà disponible VOD a la pàgina web de la 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 essió a l'ACT de les fotografies realitzades.	
Intervenció institucional de l'ACT i del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona a l'inici de la cerimònia (dos representants).	
Projecció de vídeo promocional “Catalunya, la millor cuina del món” (1'30 minut de 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 Soles) a l'escenari per part de les persones representants de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona acompanyats d'una altra personalitat designada per REPSOL	
Mencions al territori per part del/de la mestre/a 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 per als convidats realitzat per restauradors de Catalunya.	
Posada en valor del gran moment actual de la cuina catalana, amb menció 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 marca Catalunya i Costa Daurada a la secció "Soles 2026" de la web www.guiarepsol.com	60.000€
Missatge institucional i presència de la marca Catalunya i Costa Daurada, en el programa de mà distribuït entre els assistents, a tots els establiments que renovin la qualificació el 2026 i publicat en PDF a la pàgina 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 al 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.	70.000€
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.	50.000€

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 AL LLIURAMENT	
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 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 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 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.	70.000€
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. CERIMÒNIA DE LLIURAMENT DE "SOLETES" A ALCANAR	
Presència del logotip 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.	50.000€
Mencions al territori per part del mestre/a de cerimònies.	
Intervenció institucional per part d'un màxim de DOS representants de l'ACT i el Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona.	
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.	
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 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.	

Es considera que els preus proposats i fixats per al contracte de patrocini publicitari s'ajusten i s'adeqüen als preus de mercat i a la temporalitat indicada. En aquest sentit, serveixen com a referència les anteriors edicions de l'esdeveniment "Gala Soles Repsol", que van generar una sèrie d'impactes i visualitzacions, tant en premsa escrita, en paper i digital, ràdios, televisions i xarxes socials, valorat en 8,3 milions d'euros a l'edició de 2024 (Cartagena, Múrcia) i 7,4 milions d'euros en l'edició de 2025 (Tenerife, Illes Canàries). Es tracta, per tant, de quantitats molt superiors a l'import del contracte de patrocini que es pretén subscriure per 950.000 euros (IVA exclòs); és per això que es considera idònia aquesta fórmula publicitària per a promocionar Catalunya, Costa Daurada i Terres de l'Ebre com a destí gastronòmic.

En definitiva, es considera que la contractació proposada compleix les característiques d'equivalència entre les prestacions pròpies del contracte oneros de patrocini publicitari regulat en l'article 22 de la LGP

I3. Valor Estimat del Contracte (VEC)

Any	VE prestació	SUMA
2026	950.000€	950.000€
TOTAL	950.000€	950.000€

I4. Forma de pagament

El pagament del patrocini es realitzarà una vegada finalitzat l'esdeveniment i lliurat per part de l'empresa patrocinadora la memòria de resultat de patrocini on quedi palès el retorn publicitari obtingut.



El pagaments es realitzarà prèvia presentació de la factura i dels documents justificatius corresponents a la realització de les tasques realitzades, i prèvia certificació per part de l'Agència Catalana de Turisme de la realització satisfactòria de les tasques encarregades.

J. Existència de crèdit

J1. Compte comptable

La despesa està imputada al següent compte comptable: 25002010099099.

J2. Despesa pluriennal

☒ No

☐ Sí

K. Solvència

K1. Solvència econòmica i financera

La solvència econòmica i financera que s'exigeix per aquest contracte consisteix en el volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici de les activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per un import igual o superior a 1.200.000€

Justificació de la solvència econòmica i financera escollida: el volum de negocis anual és un indicador pel qual l'empresa demostra la seva solvència i per tant que pot desenvolupar amb garantia les tasques estipulades a la licitació en l'àmbit al que es requereix el contracte. L'acreditació de l'import igual o superior a l'indicat en el seu volum de negocis anual garanteix que l'empresa sigui capaç de mantenir l'equip de treball, recursos i capacitat de coordinació per acomplir de manera qualitativa les tasques derivades del contracte.

K2. Solvència tècnica o professional

La solvència tècnica o professional que s'exigeix per aquest contracte és la realització de serveis o treballs iguals o similars als de l'objecte del contracte en el curs de, com a màxim, els tres últims anys, en la qual s'indiqui l'import, la data i el destinatari (públic o privat) dels mateixos.

Justificació: l'exigència d'haver prestat serveis de la mateixa o similar naturalesa permet garantir que les empreses licitadores tenen experiència per executar serveis com els que es volen contractar en aquesta licitació.

L. Criteris de negociació

No s'escau.

Justificació: Atesa la naturalesa del contracte de patrocini, no hi ha marge possible per a la negociació, ja que és un atès que no resulta possible promoure la concurrència pel fet que l'esdeveniment que es patrocina és exclusiu de REPSOL, S. a. En aquest sentit, s'acompanya a l'expedient com a annex 1 el certificat d'exclusivitat on queda acreditat que REPSOL, S.A és la titular de la marca "Sol Guia Repsol" i de la marca "Guia Repsol", tenint el dret exclusiu sobre aquesta, de manera que l'esdeveniment "Gala Soletes REPSOL 2026" exclusivament pot ser organitzat per REPSOL, S. a., com a titular exclusiu de la marca. D'acord amb l'article 170.2 de la



LCSP quan únicament participi un candidat, sempre que sigui possible, s'ha de negociar amb ell en els termes que assenyala l'article 169.5. Aquest article disposa que no s'han de negociar els requisits mínims de la prestació objecte del contracte ni tampoc els criteris d'adjudicació.

M. Criteris d'adjudicació

Per a la valoració de les proposicions i la determinació de la millor oferta s'ha d'atendre als criteris d'adjudicació que es detallen a continuació. Sobre una puntuació màxima de 100 punts, es distribueix la puntuació de la manera següent:

M1. Detall i mètode per valorar els criteris d'adjudicació

CRITERIS D'ADJUDICACIÓ AVALUABLES AUTOMÀTICAMENT

Preu (fins a 100 punts)

L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran aplicant la fórmula següent:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar
 P = Punts del criteri econòmic
 O_m = Oferta Millor
 O_v = Oferta a Valorar
 IL = Import de Licitació
 VP = Valor de ponderació

El valor de ponderació (VP) tindrà el valor de 1 associat al pes específic del criteri preu, en aplicació de la Directiu 1/2020, d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica.

M2. Justificació dels criteris d'adjudicació

L'únic criteri d'adjudicació és el preu, atès que totes les prestacions a executar es troben definides en el plec de prescripcions tècniques. En relació amb aquest criteri s'aplica la fórmula per puntuar, fins a 100 punts, l'oferta econòmica establerta a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

M3. Justificació del Valor de ponderació (VP)

Es decideix aplicar un Valor de Ponderació igual a 1 d'acord amb el que estableix la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

N. Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals

Als efectes de l'article 149 de la LCSP, quan el preu és l'únic criteri d'adjudicació es considerarà oferta anormalment baixa quan es doni els supòsit següent: en el cas que concorri a la licitació una única empresa, quan el preu ofert sigui inferior al pressupost base de licitació en més d'un 25%.



O. Mesa de contractació

No es constitueix mesa de contractació atès el que disposa l'article 326 de la LCSP, ja que el procediment utilitzat és del procediment negociat sense publicitat i la seva constitució és potestativa.

En virtut del que s'ha exposat,

PROPOSO

Que s'iniciï la contractació administrativa en els termes anteriorment indicats.