

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PRODUCCIÓ I ELABORACIÓ DE MATERIALS DIGITALS AUDIOVISUALS I FOTOGRÀFICS DE TURISME ENOGASTRONÒMIC PER AL DESENVOLUPAMENT DE CAMPANYES DE MÀRQUETING PER A XARXES SOCIALS, EN EL MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ, TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA, FINANÇAT PER LA UNIÓ EUROPEA AMB ELS FONS NEXT GENERATION EU.

Aquest contracte està finançat amb el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència (PRTR), finançat per la UE – Next Generation UE.

El contingut d'aquestes prescripcions tècniques deriva del projecte estatal Pla Territorial de Sostenibilitat Turística i, en concret, de l'Actuació de Cohesió entre Destinacions (ACD) "Catalunya, terra de sabors", aprovat dins del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea en el marc dels fons Next Generation EU, per a la consecució dels objectius generals de la Política Palanca 5 "Modernització i digitalització del teixit industrial i de la PIME, recuperació del turisme i impuls a una Espanya nació emprenedora i, concretament al Component 14 "Pla de modernització i competitivitat del sector turístic", Inversió 1 "Transformació del model cap a la sostenibilitat".

Aquest contracte es troba dins de l'actuació número 16 s'incardina dins de l'Eix 3 de Transició Digital, i no s'hi associa cap etiqueta climàtica/digital.

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec. Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Context

El 21 de juliol de 2020 el Consell Europeu va aprovar la creació del programa Next Generation EU, per estimular la recuperació econòmica i la reparació dels danys causats per la pandèmia de COVID19 i construir l'Europa de la nova generació, impulsant la transició ecològica, digital i resiliència dels països membres de la Unió Europea.

Un dels instruments financers que contempla el programa Next Generation EU és el [Mecanisme de Recuperació i Resiliència \(MRR\)](#), element central per donar suport a les reformes i inversions empreses pels països de la UE. L'objectiu és mitigar l'impacte econòmic i social de la pandèmia de coronavirus i fer que les economies i societats europees siguin més sostenibles i resilients i estiguin més ben preparades per als reptes i les oportunitats de les transicions ecològica i digital.

L'arquitectura europea d'aquest fons preveu que cada estat membre dissenyi un pla nacional de recuperació i resiliència que inclogui les reformes i les actuacions d'inversió necessaris per assolir els objectius que promou el programa Next Generation EU.

El [Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència \(PRTR\)](#) presentat per l'Estat espanyol a la Comissió, aprovat pel Consell de la UE el 13 de juliol de 2021, recull el conjunt d'inversions que es realitzaran, i el programa de reformes estructurals i legislatives previstes.

El Pla s'articula mitjançant 10 polítiques palanca, i aquestes, al seu torn, en 31 components. Dins de la política palanca V. "[Modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a una España nació emprendedora](#)", el component número 14 és el "[Pla de modernització i competitivitat del sector turístic](#)", dotat amb 3.400 M€. Aquest component es desplega en 5 eixos, el primer dels quals és la transformació del model turístic per a la sostenibilitat (C14.I1). Dins d'aquest eix, es preveu el desenvolupament de diverses submesures, la més rellevant de les quals és la número 2, corresponent al Programa de plans de sostenibilitat turística a les destinacions, programa que preveu la recuperació integral de les destinacions pioneres i la transformació estratègica de les destinacions urbanes i d'interior.

Aquest Programa es regeix per l'Estratègia de sostenibilitat turística en destinacions, aprovada per la Conferència Sectorial de Turisme el 28 de juliol de 2021 i revisada el 29 de març del 2022, com a full de ruta per guiar la selecció i el finançament dels projectes destinats a donar suport a la transformació de les nostres destinacions en pols d'innovació turística i fer-les més resilents. Alhora, avança cap a una major cohesió territorial, no només relacionant l'oferta i les destinacions de cada territori, sinó també creant connexions entre les destinacions de diverses regions.

L'Estratègia esmentada inclou:

- El Programa ordinari de sostenibilitat turística en destinacions, que es convoca anualment i es cofinança amb els pressupostos de totes tres administracions actuant: estatal, autonòmica i local.
- El Programa extraordinari de sostenibilitat turística en destinacions 2021-2023, amb més ambició transformadora i que es finança totalment amb fons europeus. Aquest Programa extraordinari està dotat econòmicament per als tres exercicis amb 1.858 M€, dels quals 719 M€ s'apliquen l'any 2022 entre totes les comunitats autònomes, de resultes de processos bilaterals de negociació.

D'acord amb l'Estratègia i amb els plans extraordinaris, cada any s'elabora el corresponent Pla territorial de sostenibilitat turística en destinacions, que es configura com un mecanisme d'actuació cooperada entre l'Administració General de l'Estat, les comunitats autònomes i els ens locals, amb l'objectiu d'avançar en la transformació de les destinacions turístiques en un model participat de governança.

Els plans territorials articulen la seva intervenció mitjançant dos instruments:

- Plans de sostenibilitat turística en destinació (PSTD), el disseny i l'execució dels quals correspon als ens locals de cadascuna de les destinacions, amb una durada màxima de tres anualitats.
- Actuacions de cohesió entre destinacions (ACD), que representen intervencions de caràcter horitzontal i d'àmbit supralocal, i que contribueixen a completar i relacionar o cohesionar entre si les actuacions en destinació de cada comunitat autònoma.

De conformitat amb el que disposa el punt 8.1.2 del Document de l'Estratègia, les Actuacions de Cohesió entre Destinacions (ACD) representen intervencions de caràcter horitzontal i d'àmbit supralocal que contribueixen a completar, relacionar o cohesionar entre si les actuacions en destí de cada comunitat autònoma. Les ACD estan orientades a generar o reforçar sinèrgies entre els PSTD d'una mateixa comunitat autònoma o amb comunitats autònomes limítrofes, o bé, a completar, relacionar transversalment o cohesionar entre si les intervencions a la destinació,

generant dinàmiques d'agregació de producte i contribuint a que aquests es reforcen mútuament.

El 27 de desembre de 2022, es va publicar al BOE, número 310, la [Resolució de la Secretaria d'Estat de Turisme, de 19 de desembre de 2022, per la qual es dona publicitat a l'Acord de 14 de desembre de 2022 pel qual es fixen els criteris de distribució, així com el repartiment resultant per a les comunitats autònomes, del crèdit destinat al finançament de les actuacions d'inversió d'entitats locals en el marc del component 14, inversió 1 del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència](#), finançat amb Fons Next Generation UE. En aquest Acord es va ratificar el Pla territorial de sostenibilitat turística en destinació de Catalunya 2022 (PTSTDC-22), amb un pressupost total de 82.810.067,00 €, que inclou 17 Plans de Sostenibilitat Turística en Destinacions, liderats per diversos ens locals catalans, per un import total de 75.900.000€, així com l'Acció de Cohesió en Destinació (ACD) "Catalunya, terra de sabors", per un import de 6.910.067,00 €.

L'ACD "Catalunya, terra de sabors" s'emmarca en el Pla Nacional de Turisme Enogastronòmic i pretén definir un model de turisme enogastronòmic regeneratiu, *slow* i innovador, que permeti promoure Catalunya com a destí turístic amb identitat estructurant una oferta de valor que sigui atractiva, competitiva i es basi en el model 4D (desestacionalització, diversificació, descongestió i despesa) i 4S (segura, saludable, singular i sostenible).

L'entitat coordinadora de l'ACD "Catalunya, Terra de sabors" és la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Aquest s'estructura en un total de 26 programes, dels quals 2 es troben localitzats a la província de Barcelona, 2 a la província de Lleida, 2 a la província de Tarragona i 1 a la província de Girona. La resta s'apliquen a tot el territori de Catalunya i s'executaran directament des del Departament d'Empresa i Treball (mitjançant la Direcció General de Turisme) o des de l'Agència Catalana de Turisme.

En data 26 de gener de 2024 es va signar un conveni de col·laboració entre l'administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Departament d'Empresa i Treball, i l'Agència Catalana de Turisme (en endavant ACT), per a l'execució de deu programes que formen part de l'actuació de cohesió entre destinacions ACD) "Catalunya, terra de sabors" en execució de l'acord de la conferència sectorial de turisme de 14 de desembre de 2022 en el marc de l'estratègia de sostenibilitat turística en destinacions dins el pla de recuperació, transformació i resiliència. Es pot consultar el conveni i les seves corresponents addendes en els següents enllaços del Registre de convenis de col·laboració i cooperació de la Generalitat de Catalunya:

- [2024/9/0004](#).
- [2024/9/0163](#).
- [2025/9/0145](#).

Atès que l'Agència Catalana de Turisme és l'organisme del Govern de la Generalitat de Catalunya que s'encarrega de promocionar Catalunya com a destinació turística de referència internacional, en el conveni es va acordar que fos l'Agència Catalana de Turisme l'organisme que s'encarregués d'executar aquests 10 programes que formen part de l'ACD "Catalunya, terra de sabors" que tenen per objecte accions de promoció i de màrqueting turístic. Entre aquests programes hi consten els que es detallen en la present contractació.

És en aquest context on s'emmarca l'objecte del contracte, que inclou dues de les actuacions de l'ACD Terra de Sabors, en concret l'**actuació 16 l'Eix 3. Transició Digital**, que està relacionat amb la producció de continguts i audiovisuals.

2. Fites i objectius

Aquesta actuació contribueix a l'assoliment dels objectius marcats per al component número 14 "[Pla de modernització i competitivitat del sector turístic](#)" del PRTR, i més concretament:

Palanca: V. "[Modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a una Espanya nació emprenedora](#)".

Component: 14 "[Pla de modernització i competitivitat del sector turístic](#)".

Inversió: 1 "Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat".

Projecte: Actuació de Cohesió entre Destinacions (ACD) "Catalunya, terra de sabors".

Actuació: Materials Digitals

Indicador de consecució del projecte MRR:

- Obligatòriament:
 - o Nombre de fotografies realitzades.
 - o Nombre de microcàpsules audiovisuals realitzades.
- A més:
 - o Nombre recursos representats.
 - o Nombre de territoris captats en els materials audiovisuals.
 - o Nombre i tipologia de segments i perfils integrats.
 - o Nombre de materials generats segons tipus: edició impresa en diverses mides i formes, i suport digital (versió interactiva, format pdf a descarregar, etc.).

El Component 14 del PRTR té com objectiu la reducció de la pressió del turisme sobre el territori, millorant la coexistència de l'activitat turística amb el medi i permetent un desenvolupament turístic que incorpori el respecte al medi ambient i la seva capacitat de càrrega com a principi fonamental.

En aquest sentit, les fites i objectius de l'ACD són les mesures de progressió vers la consecució de la inversió 1.2 del Component 14. Les fites constitueixen assoliments qualitius i els objectius constitueixen assoliments quantitius.

Les fites i objectius crítics consten a la Decisió d'Execució del Consell, relativa a l'aprovació de l'avaluació del PRTR d'Espanya, per mitjà de la que s'estableix per al C14.I1, una sèrie de fites i objectius vinculants denominats CID (Council Implementing Decision), per a la inversió 1.2 del Component 14 (Transformació del model turístic cap a la sostenibilitat, submesura 2, Plans de sostenibilitat turística en destinació) inclou els següents objectius pels plans i per l'ACD de l'any 2022, i, per tant, les fites i objectius crítics d'aquest contracte són:

- **Objectiu nº 218 del CID:** Quart trimestre de 2022. Publicació en el BOE de l'adjudicació a les entitats locals de l'ajuda per l'aplicació dels Plans Territorials de Sostenibilitat Turística, per un import de 1.173.000.000 d'euros (valor de referència: 31 de desembre de 2021), dels quals, el 35% es destinarà a mesures de transició verda, la sostenibilitat i l'eficiència energètica/electromobilitat en les destinacions.



- **Fita nº 220 del CID:** Quart trimestre de 2024: les Comissions de seguiment s'asseguraran que totes les destinacions beneficiàries aconseguixin com a mínim el següent percentatge d'execució de cada Pla de Sostenibilitat Turística i cada Acció de Cohesió en Destinació. En el cas de les destinacions adjudicatàries el 2022, execució del 30%.
- **Fita nº 221 del CID:** Segon trimestre 2026. Finalització de tots els projectes inclosos als "Plans Territorials de Sostenibilitat Turística en Destinacions" i adjudicats d'acord amb els objectius 211, 213, el 35% dels fons dels quals es destinaran a finançar mesures que aborden la transició verda, la sostenibilitat i l'eficiència energètica/electromobilitat a les destinacions.

El compliment de les fites i objectius previstos a la Decisió d'Execució del Consell és obligatori perquè cada comunitat autònoma i entitat local pugui retenir finalment els fons transferits.

El mecanisme de verificació establert per aquesta fita és el document de síntesis que justifiqui degudament com s'ha acomplert la fita (incloent els elements rellevants de la fita, tal i com s'enumeren a la descripció de la fita i la de la mesura corresponent a l'annex del CID) de forma satisfactòria. Aquest document inclourà com annex les següents proves documentals:

- a. Llista de projectes adjudicats i beneficiaris.
- b. Informe de progrés de cada projecte, incloent el seu nivell d'execució (en %).

En aquest sentit, serà obligació de l'empresa contractista facilitar la informació que li sigui requerida per acreditar el compliment puntual de les fites i objectius del Component 14.11.

L'Agència Catalana de Turisme vetllarà pel compliment de les fites i objectius citats anteriorment. És per això que realitzarà controls periòdics de compliment de les fites i els objectius, amb els informes trimestrals corresponents i penalitzant a l'empresa contractista en cas d'incompliment de terminis establerts.

Així mateix, es tindran en compte la utilització de diferents mitjans per tal de realitzar el control de les fites i els objectius, com són: informes de la comissió de seguiment, les diferents certificacions de les execucions, així com la finalització dels projectes de promoció de la sostenibilitat turística en destins dins dels terminis fixats.

3. Objecte del contracte

L'objecte d'aquest contracte és el servei de producció i elaboració de materials digitals audiovisuals i fotogràfics de turisme enogastronòmic per al desenvolupament de campanyes de màrqueting per a xarxes socials, en el marc del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea amb els fons Next Generation EU.

L'objecte del contracte deriva del projecte estatal Pla Territorial de Sostenibilitat Turística i, en concret, de l'Actuació de Cohesió entre Destinacions (ACD) "Catalunya, Terra de sabors", aprovat dins del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea en el marc dels fons Next Generation EU, per a la consecució dels objectius generals de la Política Palanca 5 "[Modernització i digitalització del teixit industrial i de la pime, recuperació del turisme i impuls a una Espanya nació emprenedora](#)" i, concretament al Component 14 "[Pla de modernització i competitivitat del sector turístic](#)", Inversió 1 "Transformació del model cap a la sostenibilitat".

S'emmarca en el Pla Nacional de Turisme Enogastronòmic i pretén definir un model de turisme enogastronòmic regeneratiu, slow i innovador, que permeti promoure Catalunya com a destí turístic amb identitat estructurant una oferta de valor que sigui atractiva, competitiva i es basi en el model 4D (desestacionalització, diversificació, descongestió i despesa) i 4S (segura, saludable, singular i sostenible).

L'actuació de l'ACD Terra de Sabors que emmarca l'objecte del contracte és la 16. *Materials digitals.*

Els objectius de disposar d'aquests materials audiovisuals són:

- **Millorar el posicionament** de Catalunya com a destinació enogastronòmica i contribuir a què el visitant la vinculi amb la gastronomia i l'enoturisme.
- **Donar a conèixer la proposta de valor** del producte enogastronòmic.
- Aportar **valor i reconeixement** a Catalunya i al seu producte a través d'imatges impactants.
- Generar un **vinde emocional** amb el potencial visitant a Catalunya.
- Realitzar un **màrqueting innovador i eficient**, que permeti vincular nous valors i productes turístics a l'estratègia de promoció de la destinació.
- Disposar de **materials audiovisual i continguts atractius**, amb una forta càrrega emocional i experiencial, per a la promoció de la gastronomia i l'enoturisme en l'entorn digital, adaptats als diferents públics.

Aquesta licitació es divideix en dos lots:

3.1. Lot 1. Producció de microcàpsules de vídeo de turisme enogastronòmic

L'Agència Catalana de Turisme, conscient de la importància de comunicar de manera creativa i rellevant per impactar a l'usuari final, que actualment està sobresaturat de publicitat, veu necessari fer campanyes innovadores i valentes a les xarxes socials, que no deixin indiferent a públic i que aportin punts de vista diferents als que normalment esperen, que connectin amb la societat actual que és cada vegada més crítica i atenta i que reclama empreses i marques creïbles, coherents, transparents i compromeses.

L'objecte d'aquest lot és la producció de microcàpsules de vídeo de turisme enogastronòmic per difondre a les xarxes socials (Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, X, LinkedIn, Whatsapp, Wechat).

La necessitat a cobrir amb aquest material audiovisual és comunicar l'oferta turística estructurada i competitiva i contribuir al posicionament de Catalunya com a destinació amb identitat enogastronòmica, que aposta per la cohesió territorial mitjançant la vertebració de propostes i iniciatives vinculades a l'enoturisme i la gastronomia arreu del territori.

3.2. Lot 2. Producció de fotografies de turisme enogastronòmic

L'objecte d'aquest lot és la producció de fotografies de turisme enogastronòmic.

La necessitat a cobrir amb aquestes fotografies és comptar amb material gràfic per promoure i comunicar l'oferta d'experiències de turisme enogastronòmic al voltant de Catalunya i fer-ne ús en canals de l'ACT i per a cessió a tercers en l'àmbit turístic, si s'escau.

4. Activitats i funcions de l'empresa contractista

4.1. Lot 1. Microcàpsules de vídeo de turisme enogastronòmic

4.1.1 Contingut

Els continguts d'aquestes microcàpsules estaran alineades amb el [relat de turisme enogastronòmic de Catalunya](#). També s'adequaran a la campanya ["Catalunya, la millor cuina del món"](#), però amb un to més adequat a les xarxes socials.

Per realitzar l'actuació, s'estructurarà el treball en tres fases diferents:

- Fase 1. Identificació i selecció de les microcàpsules a realitzar.
- Fase 2. Rodatge dels materials per realitzar les microcàpsules.
- Fase 3. Edició i producció de les microcàpsules.

Fase 1. Identificació i selecció de les microcàpsules a realitzar

L'empresa contractista cercarà i identificarà informació sobre les 10 temàtiques de microcàpsules que es plantegen més endavant, i localitzarà on anar-les a rodar.

Les microcàpsules hauran de ser experiencials, amb persones de diferents perfils gaudint l'experiència, o amb representants del sector explicant les seves vivències relacionades amb l'enogastronomia a Catalunya.

Les 10 temàtiques són:

- Restaurants de cuina catalana tradicional.
- Restaurants d'alta cuina creativa.
- Experiències enogastronòmiques a pagès: visites a productors locals, degustacions, tallers, i altres activitats que permetin als visitants submergir-se en la cultura gastronòmica catalana. Es poden consultar exemples a www.benvingutsapages.cat. S'inclouran també experiències regeneratives, que visibilitzin com els turistes poden contribuir a retornar a la societat local la seva petjada de carboni, creant un impacte positiu.
- Experiències oleoturístiques.
- Experiències a mercats municipals.
- Experiències realitzant pescaturisme.
- Vivències a esdeveniments enogastronòmics de temporada.
- Experiències que combinin la cultura i la gastronomia.
- Experiències que combinin la natura i el turisme actiu o cicloturisme amb la gastronomia.
- Experiències que combinin l'ecoturisme amb la gastronomia.

L'empresa contractista haurà de fer la proposta tenint en compte la diversitat territorial de Catalunya ([9 marques turístiques](#)) i els diferents públics objectius: tant els [públics especialitzats / visitor persona](#) i interessats en la gastronomia i l'enoturisme (pàg. 39 a 41) com el públic jove i familiar que consulta les xarxes socials. També escollirà les localitzacions més adequades de cara al rodatge de les microcàpsules.

L'empresa contractista farà proposta a l'ACT de peces per totes les xarxes socials abans esmentades i pensarà les peces específicament per a cadascuna de les xarxes perquè, segons el canal, l'enregistrament serà diferent.

Fase 2. Rodatge dels materials per realitzar les microcàpsules

L'empresa contractista assumirà l'enregistrament dels materials per realitzar les microcàpsules, desplaçant-se arreu de Catalunya.

L'empresa contractista presentarà una primera proposta de bruts de les microcàpsules a l'Agència Catalana de Turisme. Aquests hauran de ser validats abans del complet desenvolupament del projecte.

Fase 3. Edició i producció de les microcàpsules

L'empresa contractista editarà els materials enregistrats per tal de crear les microcàpsules en els diferents idiomes i en els formats especificats a l'apartat 4.1.3. "Característiques tècniques de les microcàpsules".

4.1.2 Obligacions

Les obligacions que haurà d'assumir l'empresa contractista són les següents:

- Identificació i cerca d'informació de les temàtiques proposades per realitzar les microcàpsules.
- Proposta del to i discurs comunicatiu de les microcàpsules.
- Enregistrament dels materials arreu de Catalunya, sempre tenint en compte la diversitat territorial de Catalunya ([9 marques turístiques](#)).
- Edició i producció de les microcàpsules adaptades als diferents formats per a xarxes socials (Instagram, Youtube, TikTok, Facebook, X, LinkedIn i Wechat).
- Optimització del disseny, que ha de respectar els protocols d'accessibilitat en línia (WAI, W3C, etc.). (més detall al punt 7)
- Subtitular les microcàpsules en català, castellà o anglès.
- Pels Reels, s'inclourà una cover estàtica per afegir quan es publica (imatge abans de reproduir-lo dins el feed).
- Pels vídeos de Youtube, s'inclourà una miniatura per afegir al vídeo.
- Lliurament de material en el format que es detalla a l'apartat següent. Tot el material produït i aprovat es lliurarà a l'Agència Catalana de Turisme mitjançant un servei d'allotjament de fitxers (Wetransfer o similar); i quan totes les peces estiguin produïdes, també caldrà lliurar-les en un disc dur, amb tots els originals en obert i les imatges de recurs i materials filmats.
- Bolcar cadascuna de les versions idiomàtiques de la publicació a Infotur, banc de continguts de l'ACT i de generar els textos en anglès que presentaran cada càpsula al Youtube Catalunya Experience.
- Tenir en compte tots els desplaçaments, allotjaments i dietes de tot el personal tècnic i artístic.
- Gestió de tots els permisos de rodatge i taxes o llicència necessàries que en derivin.

- Assegurances de l'equip, transports i elements tècnics que ho necessitin.
- Postproducció i editatge de tots els elements amb les diferents cartel·les, rètols, missatges, i grafisme.
- Àudio i selecció de la banda sonora de totes les peces audiovisuals. La música ha de funcionar perfectament amb les peces audiovisuals en ritme, to i entusiasme.
- Locució i doblatge en idiomes català, castellà i anglès britànic, amb els drets dels locutors inclosos d'acord amb el que s'especifica en el plec de clàusules administratives particulars. Es contempla la possibilitat d'utilitzar IA amb aquesta finalitat, sempre i quan es garanteixi la qualitat del resultat final.
- Subtitulació o ús de chyrons en totes les peces en tots els idiomes (català, castellà, anglès britànic,). És contempla la possibilitat d'utilitzar IA amb aquesta finalitat, sempre i quan es garanteixi la qualitat del resultat final.
- Drets de tot el material i formats derivats en les condicions establertes en el plec de clàusules administratives particulars.

No es permetrà l'ús de sistemes de generació de contingut mitjançant intel·ligència artificial per a la creació del contingut audiovisual de les microcàpsules. Tanmateix, es podrà fer ús de tecnologies d'IA en processos complementaris com la locució, el doblatge, la subtitulació o l'ús de chyrons, sempre i quan es garanteixi la qualitat del resultat final.

Totes les despeses derivades de totes les obligacions anteriors han d'estar incloses dins del preu, incloent també l'import de les taxes i/o llicències que siguin necessàries obtenir pel rodatge dels elements audiovisuals.

4.1.3 Característiques tècniques de les microcàpsules:

- Format:
 - o vertical 9:16 (Reels/TikTok/Shorts) 20-40 segons
 - o horitzontal 16:9 (Youtube) 60-90 segons
- Idiomes: català, castellà, anglès britànic.
- Resolució: caldrà lliurar els màsters en màxima resolució per després, quan es facin campanyes de paid, s'adaptin les peces a la resolució/còdec/mides/etc. que demana META o Tik Tok o el suport el qüestió.

4.1.4 Data de lliurament

El termini de lliurament s'estableix com a màxim el **31 de maig de 2026**.

4.2. Lot 2: Producció de fotografies de turisme enogastronòmic

4.2.1 Contingut

Pel desenvolupament de les fotografies de turisme enogastronòmic l'empresa contractista haurà de tenir en compte el següent per cadascun dels tres *visitor persona* que s'estableixen tot seguit.



En tots els casos les fotografies hauran de comptar amb un enfocament clarament turístic, oferint una experiència completa que vagi més enllà de la simple promoció de productes agroalimentaris.

Caldrà evitar que s'identifiquin marques comercials: etiquetes dels vins, ampolles...

Les fotografies es distribuïran entre les següents temàtiques segons *visitor persona*:

- Fotografies per a *wine & food lover*.
- Fotografies per a *foodies*.
- Fotografies per a *wine & gastro tours*.

FOTOGRAFIES PER A WINE & FOOD LOVER

- **Públic objectiu:** Turistes que són apassionats del món del vi i la gastronomia, en tenen un coneixement elevat i a vegades són professionals del sector. Busquen viure experiències d'alt nivell o exclusives i s'interessen també per activitats culturals.
- **Segmentació del públic:** persones amb amics o parelles. Generació de babyboomers (59-71 anys) i generació X (45-58 anys).
- **Motivació tractora:** Gaudir de l'enogastronomia.
- **Visitor persona:** [*Wine & food lover*](#).
- **Objectiu:** Promocionar les activitats enogastròniques a Catalunya per a un públic selecte i exclusiu pel qual el nivell de motivació que suposa la gastronomia a l'hora de visitar les destinacions és molt alt.
- **Missatge:** Posar en relleu totes les activitats de turisme enogastronòmic on es posin en valor els productes catalans, la cuina catalana i els vins catalans, sempre des de l'àmbit turístic i amb un ambient de gaudi i diversió.
- **Descripció:**
 - o Fotografies dels cellers Premium més destacades de cadascuna de les rutes del vi en què es vegi gent fent alguna activitat enoturística (un tast interior o exterior, en què es pugui veure l'arquitectura de la bodega o el paisatge, gent gaudint del *winebar* amb la bodega de fons, gent dinant al restaurant de la bodega amb la bodega de fons, gent fent un esmorzar típic català entre vinyes amb la bodega de fons, gent fent activitats típiques de la verema...).
 - o Fotografies de restaurants de prestigi o estrellats en què es pugui veure a gent gaudint d'un àpat i s'identifiquin els plats d'alta cuina maridats amb vins catalans. Les imatges que combinin tan interiors com exteriors i en cas que siguin exteriors que es pugui identificar una terrassa de davant del mar o algun element natural/patrimonial. Restaurants amb vistes icòniques, que es vegin els edificis on es situen i destacar els que compten amb una arquitectura o localització genuïna.
- **Estil i composició:** Fotografies que tinguin "llum", amb colors que transmetin l'esperit mediterrani: el cel blau, el mar mediterrani, el verd de les vinyes i les oliveres... Fotos amb un estil realista, vibrant, que transmetin alegria i tranquil·litat.
- **Elements humans:** Persones amb perfils multiculturals, petits grups d'amics i parelles gaudint d'experiències enogastròniques.

Proposta de cellers vinculats a les rutes del vi:

- Ruta del Vi DO Empordà: Celler Perelada, Celler Brugarol.
- Ruta del Vi de la DO Pla de Bages: Oller del Mas, Celler Abadal.
- Ruta del Vi DO Alella: Celler Alta Alella.
- Ruta del Vi del Priorat: Atavus.



- Ruta del Vi del Penedès: Gramona, Celler Torres (restaurant Celleret), Celler Mont Rubí.
- Ruta del Vi de Lleida: Celler Mas Blanch i Jové (vinya dels artistes), Castell d'Encús.
- Ruta del Trepat: Vins de pedra (visita a la torre medieval a la muralla de Montblanc i tast).
- Ruta del Vi de la DO Terra Alta: Herència Altés, Celler Lafou.
- Ruta del Vi DO Tarragona: Casa Vermouths Padró, Vinícola de Nulles.

Proposta d'hotels gastronòmics d'interès per a les imatges:

- Gran Hotel Mas d'en Bruno.
- Restaurant El Celleret (Cellers Torres).
- Restaurant Hotel l'Algadir del Delta (BIP Gourmand).
- Restaurant Celler Mont Rubí (restaurant gastronòmic).
- Restaurant Hotel Fonda Espanya (edifici modernista de Domènech i Montaner, assessorament gastronòmic de Martín Berasategui, foto a la Sala del restaurant de les Sirenes).
- Restaurant Hotel Ohla Eixample (gastronomia de les Terres de l'Ebre, restaurant Xerta del xef Fran López).

Proposta de restaurants amb estrella Michelin:

- Celler de Can Roca/Espai Roca, del xef Joan Roca.
- Disfrutar, dels xefs Oriol Castro, Mateu Casañas i Eduard Xatruch.
- Cocina Hermanos Torres, dels xefs Sergio i Javier Torres.
- Moments, del xef Raül Balam Rusalleda.
- Les Cols, de la xef Fina Puigdevall.
- Can Jubany, del xef Nando Jubany.

FOTOGRAFIES PER A FOODIES

- **Públic objectiu:** Turistes que descobreixen la destinació a través de l'oferta enogastronòmica. Es veuen motivats per degustar productes i plats tradicionals, comprar productes locals, visitar cellers, mercats, esdeveniments i fires enogastronòmiques o participar en experiències com classes de cuina.
- **Segmentació del públic:** persones amb amics, amb parella o soles. Generació de babyboomers (59-71 anys), generació X (45-58 anys) i mil·lenistes (26-44 anys).
- **Motivació tractora:** Gaudir de la Gastronomia.
- **Visitor persona:** [Foodie](#).
- **Objectiu:** Promocionar les activitats enogastronòmiques a Catalunya per a un turista pel qual el nivell de motivació que suposa la gastronomia a l'hora de visitar les destinacions és mitjà-alt.
- **Missatge:** "Posar en relleu totes les activitats de turisme enogastronòmic on es posin en valor els productes catalans, la cuina catalana i els vins catalans, sempre des de l'àmbit turístic i amb un ambient de gaudi i diversió."
- **Descripció:**
 - o Fotografies de les rutes del vi de Catalunya, on surti gent participant en experiències enoturístiques singulars de cadascuna d'aquestes rutes.
 - o Incloure també imatges d'experiències enogastronòmiques vinculades als Barris i Viles Marineres (on es vegin els ports i les llotges de peix així també com les activitats que s'hi fan i els productes que s'hi poden trobar).
 - o Fotos de les vinyes, (tant de prop com de lluny) de la verema, de degustacions de vins.



- **Estil i composició:** Varietat de fotos paisatgístiques: és important que surtin les vinyes, la muntanya, l'hort, els camps agrícoles, la pesca, el mar... També que hi hagi fotos aèries. Fotografies que tinguin "llum", amb colors que transmetin l'esperit mediterrani: el cel blau, el mar mediterrani, el verd de les vinyes i les oliveres... Fotos amb un estil realista, vibrant, que transmetin alegria i tranquil·litat.
- **Elements humans:** Petits grups d'amics (de diferents edats), parelles i gent sola gaudint d'experiències gastronòmiques en un ambient de diversió i distès. Que surtin activitats i visites més orientades a un públic adult, no familiar.
- **Planificació:** Sessió de fotografies als punts i a les experiències més emblemàtiques de Catalunya, de manera que s'obtingui una visió general de totes les experiències que permeten fer turisme enogastronòmic al territori català.

Proposta d'experiències enogastronòmiques d'interès per a les imatges:

- Grup d'amics fent una botifarrada a l'aire lliure amb vinyes o oliveres de fons.
- Vermut dins una bodega amb solera i també la típica plaça (com la de Reus). Detall d'una taula amb el vermut en got acompanyat d'olives, patates, anxoves, etc...
- Grup de gent degustant un arròs o una paella a un restaurant.
- Participació a una calçotada: gent fent calçots al camp, ensenyant com se'ls mengen amb la salsa, sucant i bevent amb el porró.
- Verema i vi novell: gent participant en la collita del raïm, premsant-lo amb els peus o fent un esmorzar de verema entre vinyes.
- All i oli: persona fent un taller d'all i oli amb el morter tradicional.
- Oli nou: incloure alguna foto vinculada amb la collita de l'oli, un tast d'oli entre oliveres, etc...
- Fotografies d'algunes terrasses de Barcelona amb gent prenent alguna cosa o fent unes copes en ambient distès de cap de setmana.

FOTOGRAFIES PER A WINE & GASTRO TOURS

- **Públic objectiu:** Turistes que realitzen activitats enogastronòmiques per interaccionar amb el territori i conèixer la cultural local. Contemplen aquestes activitats com un complement del viatge, un subproducte de la visita.
- **Segmentació del públic:** persones amb amics o amb parella. Generació X (45-58 anys) i generació de mil·lenistes (26-44 anys).
- **Motivació tractora:** Visitar una ciutat, anar en bici, fer senderisme, fer una ruta en cotxe, gaudir de la cultura local, gaudir de l'enogastronomia, gaudir de la seva activitat preferida, jugar a golf.
- **Visitors persona:** [Wine & gastro tours](#).
- **Objectiu:** Promocionar les activitats enogastronòmiques a Catalunya per a un turista pel qual el nivell de motivació que suposa la gastronomia a l'hora de visitar altres destinacions és baix, i per tant, un complement del seu viatge.
- **Missatge:** "Posar en relleu totes les activitats de turisme enogastronòmic on es posin en valor els productes catalans, la cuina catalana i els vins catalans, sempre des de l'àmbit turístic i amb un ambient de gaudi i diversió."
- **Descripció:**
 - o Exterior i sobretot interior de mercats locals on s'hi vegin turistes fent algun tipus d'activitat (visita al mercat, degustació, compra), tallers de cuina on els turistes estiguin fent l'experiència de cuinar plats de la gastronomia catalana i degustant vins catalans, i fires o festivals enogastronòmics dedicats a productes catalans on apareguin turistes visitant el festival, degustant, comprant...



- **Estil i composició:** Fotografies que tinguin “llum”, amb colors que transmetin l’esperit mediterrani: el cel blau, el mar mediterrani, el verd de les vinyes i les oliveres... Fotos amb un estil realista, vibrant, que transmetin alegria i tranquil·litat.
- **Elements humans:** Petits grups d’amics (de diferents edats) i parelles gaudint d’experiències gastronòmiques. Que surtin visitant els mercats/festivals mentre compren o tasten productes locals. En el cas dels tallers de cuina, que surtin grups d’amics (sobretot de noies) realitzant-los.
- **Planificació:** Sessió de fotografies als punts i a les experiències més destacats de Catalunya vinculats a les tres propostes que esmentem a continuació: mercats, tallers de cuina i fires o festivals gastronòmics.

Propostes de mercats emblemàtics de Catalunya per la seva història, la seva arquitectura i la qualitat dels seus paradistes:

- Setmanals:
 - o Mercat de Vilafranca.
 - o Mercat de Vic.
 - o Mercat de Granollers.
- Municipals:
 - o Mercat del Ninot.
 - o Mercat de Sant Antoni.
 - o Mercat d’Amposta.
 - o Mercat de Tortosa.
 - o Evitar la Boqueria.

Propostes d’esdeveniments que podrien encaixar:

- Barcelona Beer Festival (Barcelona), de cervesa artesana.
- Vivid – Festival del vi (Costa Brava), de vi DO Empordà.
- Gran Festa de la Calçotada (Valls), del calçot IGP de Valls.
- Fira del Vi de la Comarca del Priorat (Falset), de vins DOQ Priorat i DO Montsant.
- Aplec del Cargol (Lleida), de cargols.

Propostes de tallers de cuina:

- BCN Kitchen.
- Cookiteca.
- Born to Cook.
- La Patente.
- Cook and Taste.

4.2.2 Obligacions

Les obligacions que haurà d’assumir l’empresa contractista són les següents:

- Identificació de les fotografies a realitzar segons temàtiques proposades per l’ACT, i tenint en compte la diversitat territorial de Catalunya ([9 marques turístiques](#)).
- Selecció de les persones figurants que han d’aparèixer a les fotografies i gestió i adquisició de drets d’imatge.
- Realització de les fotografies.
- Edició/retoc de les fotografies escollides.



- Lliurament de material en el format que s'indica a l'apartat següent.
- Bolcar cadascuna de les fotografies a Infotur, banc de continguts de l'ACT.
- S'encarregarà de les despeses de desplaçaments, llum, càmera i drons, atrezzo i assegurances de personal.

L'empresa contractista no podrà fer ús de la IA per realitzar les fotografies. No es permetrà l'ús de cap eina d'intel·ligència artificial per a la generació, edició i modificació de les fotografies. Aquesta restricció inclou tant la creació d'imatges sintètiques com l'alteració de fotografies reals mitjançant IA.

Totes les despeses derivades de totes les obligacions anteriors han d'estar incloses dins del preu, incloent també l'import de les taxes i/o llicències que siguin necessàries obtenir per a la reproducció de les fotografies.

4.2.3 Característiques tècniques de les fotografies:

Tiff en alta resolució per a ús en campanyes de màrqueting, xarxes socials (important que siguin formats 1:1, 16:9, 9:16, 4:5) i per a ús en material imprès.

4.2.4 Data de lliurament

El termini de lliurament s'estableix un cop al final de cada mes de durada del contracte, segons les fotografies lliurades, i finalitzarà el **31 de maig de 2026**.

5. Finalitats i objectius que s'han d'assolir

Les finalitats i objectius concrets no crítics que s'han d'assolir per als dos lots mitjançant la realització d'aquest contracte són els següents:

- Elaboració de material audiovisual per promoure Catalunya com a destinació de turisme enogastronòmic: considerant el relat de turisme enogastronòmic i els "visitor persona" als quals s'adreça, per tal de determinar els continguts idonis a incorporar en l'objecte del lot.
- Elaboració del pla de rodatge i/o selecció de les localitzacions dels continguts de l'objecte del lot.
- Edició del material objecte del lot.
- Realització final del material objecte del lot: al final de l'encàrrec s'hauran de presentar tots els materials segons s'indica a l'apartat "Funcions" de cada lot.

Amb la realització de l'objecte contractual esmentat, l'òrgan de contractació pretén cobrir les següents necessitats i/o funcionalitats:

- Millorar el posicionament de Catalunya com a destinació enogastronòmica, oferint experiències que integrin diversos elements de la cadena de valor i que es visualitzin en materials audiovisuals i fotogràfics.
- Generar un vincle emocional amb el potencial visitant de la destinació.
- Projectar una imatge conjunta de destinació a través de la comunicació en xarxes socials.
- Fomentar la mobilitat del visitant per tota Catalunya mitjançant materials audiovisuals que es puguin visualitzar als diferents rutes i experiències singulars que promoguin el descobriment del territori.



- Generar nous argumentaris de promoció i venda, en format audiovisual, adaptats a diferents públics i mercats.
- Realitzar un màrqueting innovador i eficaç que vinculi nous valors i productes turístics a l'estratègia de la destinació, utilitzant un relat consensuat de turisme enogastronòmic a Catalunya que es faci visible en els materials audiovisuals que es generin.
- Comptar amb materials per a realitzar campanyes de publicitat, redaccionals, etc., seguint els criteris de continguts definits pel Programa de Turisme Enogastronòmic de l'Agència Catalana de Turisme.
- Disposar de material actualitzat per a la promoció turística de productes combinats amb l'enogastronomia, com el turisme actiu i de natura, cultural, premium, familiar i esportiu, entre d'altres.

6. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació i/o el rendiment o exigències funcionals de la prestació

L'empresa contractista ha de disposar dels suficients mitjans tècnics, materials qualitatius i personals per a desenvolupar les tasques objecte d'aquest contracte.

La prestació regulada en aquest plec ha d'ajustar-se, almenys, als requisits tècnics següents, sens perjudici dels paràmetres que s'han de valorar mitjançant els criteris d'adjudicació establerts:

- a. Realitzar l'objecte del contracte amb la necessària continuïtat, ajustant-se estrictament a les condicions i a les disposicions legals que li són aplicables, així com a les instruccions, directrius i indicacions de l'ACT.
- b. Aportar tota la documentació relacionada amb el servei realitzat, en el format que es determini, per tal que el responsable pugui fer el seguiment corresponent del contracte.
- c. Ser responsable de la qualitat tècnica en la prestació del servei.
- d. Sotmetre's als controls de la Comissió Europea, l'Oficina de Lluita Antifrau, el Tribunal de Comptes Europeu i la Fiscalia Europea i facilitar l'exercici del dret d'aquests òrgans a accedir a la informació sobre el contracte.
- e. Presentar tota aquella documentació que li pugui ser requerida per part dels òrgans anteriors, del responsable del contracte o de l'òrgan de contractació per acreditar els requisits, fites i objectius establerts a la convocatòria i a la normativa reguladora del PRTR així com qualsevol documentació que li sigui requerida per justificar la realització de les actuacions objecte d'aquest contracte per part d'aquests o d'altres òrgans de control.
- f. Conservar la documentació justificativa i demés documentació corresponent a aquest contracte i, en especial, al seu finançament així com els registres i documents en format electrònic durant el termini exigible legalment i a complir les normes sobre conservació de la documentació aplicables al contracte, d'acord amb el que disposa l'article 132 del reglament financer de la UE.

L'empresa contractista desenvoluparà les tasques requerides a les seves pròpies oficines, i, quan escaigui, a les instal·lacions de l'ACT. L'empresa haurà de garantir la disponibilitat dels mitjans tecnològics requerits per a desenvolupar totes les tasques d'acompanyament en línia previstes pel contracte. Tanmateix, les reunions de seguiment del contracte es podran realitzar tant a les oficines de l'Agència Catalana de Turisme (Carrer d'Aragó, 244, 08007 Barcelona), com de manera telemàtica.

Pel que fa a les obligacions de l'empresa contractista, en relació amb el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea amb Fons Next Generation, ha de complir amb les següents:



- Cal complir els compromisos en matèria de comunicació, encapçalaments i logotips que recull l'article 9 de l'Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre. En aquest sentit, en totes les mesures d'informació i comunicació, així com en la totalitat dels documents, s'haurà de reconèixer el suport del PRTR i la Unió Europea en l'operació, incloent els logotips segons el criteris establerts. També hi hauran de constar els logotips de la Generalitat de Catalunya i de Next Generation-Catalunya, tal com es pot consultar a continuació:
<https://identitatcorporativa.gencat.cat/web/.content/Documentacio/descarregues/dpt/COLOR/Economia-i-Hisenda/NextGenerationCatalunya.pdfn>.
El responsable del contracte indicarà al contractista els logotips o informació que sigui necessària en aquest sentit.
- D'altra banda, l'empresa contractista – i també, si s'escau, l'empresa o les empreses subcontractistes – ha de complir les obligacions d'informació previstes en l'article 8.2 de l'Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre, per la qual es configura el sistema de gestió del Pla de Recuperació, transformació i resiliència, les quals inclouen els aspectes següents:
 - NIF del contractista o subcontractistes.
 - Nom o raó social
 - Domicili fiscal del contractista i, si s'escau, dels subcontractistes.
 - Acceptació de la cessió de dades entre les administracions públiques implicades per donar compliment al que preveu la normativa europea que és aplicable i de conformitat amb la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals (annex del PCAP).
 - Declaració responsable relativa al compromís de compliment dels principis transversals establerts en el PRTR i que puguin afectar l'àmbit objecte de gestió (annex del PCAP).
 - Reforç de mecanismes per la prevenció, detecció i correcció dels fraus, corrupció i conflictes d'interès (declaració d'absència de conflicte d'interès, consultar l'annex del PCAP, així com el compliment i aplicació del [Pla Antifrau de l'Agència Catalana de Turisme](#)).
 - Les empreses contractistes han d'acreditar la inscripció al Cens d'empresaris, professionals i retenidors de l'Agència Estatal de l'Administració Tributària o al cens equivalent de l'Administració Tributària Foral, que ha de reflectir l'activitat efectivament desenvolupada en la data de participació en el procediment de licitació.
- En compliment amb el que disposa el PRTR i el Reglament 2021/241 de 12 de febrer, i la seva normativa de desenvolupament, tots els projectes d'inversió que es duguin a terme en el marc d'aquests ajuts han de respectar l'anomenat principi de no causar un perjudici significatiu al medi ambient (principi DNSH per les seves sigles en anglès, «Do No Significant Harm») i les condicions de l'etiquetatge climàtic i digital, amb la signatura de la corresponent declaració responsable sobre el compliment del principi de no causar perjudici significatiu als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852 (annex del PCAP).
- L'empresa contractista haurà de presentar els informes de seguiment que es considerin oportuns i requerits pel responsable del contracte, per tal d'executar el corresponent control en relació a les fites i objectius citats en els presents plecs.

7. Normativa vigent de compliment obligat

El [Reglament \(UE\) 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de febrer del 2021, pel qual s'estableix el Mecanisme de Recuperació i Resiliència](#), a l'article 34.2 disposa que els perceptors de fons de la UE han d'esmentar l'origen del finançament i vetllar per fer-lo visible, quan correspongui, per mitjà de l'emblema de la UE i una declaració de finançament que indiqui "Finançat per la Unió Europea - Next Generation EU". En particular, quan es promoguin les accions i els resultats d'aquestes, cal aportar informació coherent, efectiva i proporcionada, adreçada a múltiples destinataris, inclosos els mitjans de comunicació i el públic en general.

L'[Acord de finançament entre la Comissió Europea i Espanya sobre la publicació d'informació, visibilitat del finançament de la Unió i el dret d'ús](#), a l'article 10 disposa que cal exhibir correctament i de forma destacada en totes les activitats de comunicació l'emblema de la UE, amb una declaració de finançament adequada que indiqui "Finançat per la Unió Europea - Next Generation EU" i que cal garantir que els beneficiaris finals del finançament de la Unió reconeguin l'origen i el finançament de la Unió Europea i en garanteixin la visibilitat.

L'[Ordre HFP/1030/2021, de 29 de setembre, per la qual es configura el sistema de gestió del Pla de recuperació, transformació i resiliència \(PRTR\)](#), a l'article 9 disposa que "les actuacions de comunicació relacionades amb l'execució del Pla han d'incorporar el logotip oficial del PRTR del Regne d'Espanya".

Tots els dissenys han de ser responsables i ajustar-se a la [normativa d'accessibilitat documental vigent a la Generalitat de Catalunya](#).

Elements de comunicació:

- Logotip Generalitat de Catalunya. [Enllaç](#) de descàrrega.
- Logotip Agència Catalana de Turisme. [Enllaç](#) de descàrrega.
- Marca Catalunya. [Enllaç](#) de descàrrega.
- Pàgina web: [Catalunya.com](#).
- Logotips MRR Next Generation:
 - o [Enllaç de descàrrega identitat corporativa fons MRR](#).
 - o [FAQ relatives a comunicació fons MRR](#) (apartat Principis transversals del MRR > Comunicació i identitat visual).

8. Descripció de mitjans personals

Cada empresa contractista posarà un equip tècnic a disposició de l'ACT, les funcions del qual seran fer recerca i identificació dels continguts i elaborar els materials audiovisuals i fotogràfics especificats en aquest plec. En concret, cada empresa contractista haurà d'assignar un equip tècnic format per, com a mínim, dues persones amb els perfils professionals següents:

- Una persona redactora de guions que tingui un grau en Filologia, Humanitats, Periodisme o similar, amb coneixement d'enogastronomia, i que seleccioni els materials a realitzar i les localitzacions.
- Per al lot 1, una persona muntadora/editora de material audiovisual amb coneixement de turisme.
- Per al lot 2, una persona fotògrafa amb coneixement de fotografia turística.

El perfil de persona redactora de guions amb coneixement d'enogastronomia haurà de tenir una experiència mínima de 3 anys en l'elaboració de continguts enogastronòmics. El perfil d'una persona muntadora/editora de material audiovisual haurà de tenir una experiència mínima de 3 anys en enregistrament i muntatge de material audiovisual

turístic. El perfil d'una persona fotògrafa haurà de tenir una experiència mínima de 3 anys en fotografia turística.

Acreditaran aquesta experiència i formació mitjançant la presentació del seu currículum vitae i títol corresponent.

9. Formes de seguiment i control de l'execució de les condicions

L'òrgan de contractació designarà una persona responsable del contracte que assumirà el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec i a supervisar el compliment dels aspectes incorporats en els plecs en relació amb els principis transversals aplicables al PRTR. En aquest sentit, es especialment rellevant que en cas d'haver-hi canvis i modificacions en l'equip de treball aportat pel contractista, aquests hauran de ser comunicats a la persona responsable del contracte i, en tot cas, el contractista haurà d'acreditar i garantir que es cobreixen tots els àmbits d'expertesa requerits.

L'empresa contractista assumeix les responsabilitats inherents a la direcció immediata dels treballs que executi. L'empresa contractista haurà de designar obligatòriament, en el moment de la perfecció del contracte, un representant responsable de la direcció dels treballs i de la gestió i execució del contracte, el qual haurà de ser un tècnic competent en les matèries que en són objecte. Aquest responsable serà l'encarregat de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, dirigir i coordinar els treballs i de transmetre les instruccions precises al personal adscrit a l'execució del servei per a garantir-ne la correcta execució. També tractarà les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.

Les persones referides anteriorment es reuniran amb una periodicitat mínima d'un mes per tal de supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que el mateix s'està executat conforme l'establert en el present plec. Amb caràcter general, aquestes reunions esmentades anteriorment es duran a terme de forma telemàtica, encara que serà possible tenir reunions presencials a les oficines de l'Agència Catalana de Turisme –en aquest cas, els desplaçaments s'hauran de realitzar prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de benzina).

Als efectes d'avaluar el seguiment i el control del compliment de cada actuació es faran servir els següents indicadors:

- Obligatòriament:
 - o Nombre de fotografies realitzades.
 - o Nombre de microcàpsules audiovisuals realitzades.
- A més:
 - o Nombre recursos representats.
 - o Nombre de territoris captats en els materials audiovisuals.
 - o Nombre i tipologia de segments i perfils integrats.
 - o Nombre de materials generats segons tipus: edició impresa en diverses mides i formes, i suport digital (versió interactiva, format pdf a descarregar, etc.).

Beatriz Nubiola de Palacio
Cap de Marques
Unitat de Màrqueting d'Experiències
Agència Catalana de Turisme