

CAMPANYA DE PROMOCIÓ CULTURAL A LA RUTA DEL CISTER: “TALONARI CULTURAL A LA RUTA DEL CISTER 2026”

1. ANTECEDENTS

La Ruta del Cister es va crear fa 35 anys (l'any 1989) per iniciativa dels Consells Comarcals l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell amb la voluntat de desenvolupar turística i econòmicament les tres comarques catalanes, és l'expressió i identitat d'un territori. El seu nom es deu al fet que el patrimoni artístic i cultural de cada una d'aquestes comarques està conformat per tres monestirs cistercenys, els monestirs reials de Santa Maria de Poblet (Vimbodí i Poblet, Conca de Barberà), Santa Maria de Vallbona (Vallbona de les Monges, l'Urgell) i Santes Creus (Aiguamúrcia, Alt Camp).

Aquests tres monestirs reials conformen un ric patrimoni únic, excepcional i, són l'eix vertebrador de La Ruta del Cister. Al seu voltant hi trobem espais i visites culturals comarcals i locals que no tan sols constitueixen un servei local imprescindible, sinó que són complements vitals per a l'oferta turística i cultural de La Ruta del Cister.

L'any 2015 els consells comarcals de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell van engegar una campanya de promoció cultural a La Ruta del Cister amb la creació **carnet cultural**.

L'acció tenia com a objectiu dinamitzar la cultura i el territori, facilitar la mobilitat cultural, donar a conèixer la riquesa cultural i atraure els visitants als diferents recursos situats entorn als monestirs de La Ruta del Cister.

El carnet cultural complementava la nova entrada conjunta dels monestirs a fi que els visitants poguessin gaudir de descomptes en l'oferta cultural al llarg del territori Cister: museus, cellers modernistes, pobles medievals, visites guiades, coves, aventura, art rural, artesans, etc.

L'any 2017 es va editar el **Talonari Cultural de La Ruta del Cister** com un nou material per incentivar i promocionar l'activitat cultural de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell, aprofitant que l'any 2018 va ser declarat l'Any Europeu del Patrimoni Cultural, i amb la finalitat d'unificar els descomptes, entre tots els participants, oferint un 2x1 o gratuïtat en l'entrada o visita guiada.

2. OBJECTE DE LA CAMPANYA

La Ruta del Cister vol promocionar, promoure i incentivar la cultura a les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell. Un territori culturalment actiu implica facilitar l'accés, promovent una cultura de proximitat.

El **Talonari Cultural de La Ruta del Cister** és una eina de promoció que compta amb la participació del sector públic i privat, posar en valor els atractius culturals i millora la

visibilitat de l'oferta cultural de les comarques de l'Alt Camp, la Conca de Barberà i l'Urgell.

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis de modificació, impressió i lliurament del Talonari Cultural de La Ruta del Cister 2026, que consideri l'oferta patrimonial de les tres comarques a la seva globalitat, **oferint descomptes de 2x1 i/o gratuïtats** i contribuint a la seva difusió i ajudant a establir una vinculació més enllà del pur coneixement.

3. DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS DE LA CAMPANYA

Els serveis a contractar són:

1. Modificació, impressió i lliurament del nou catàleg.

Les característiques del material imprès seran:

- a. Impressió en format tancat 105x148 mm o A6, i format obert A5.
- b. 14 fulls interiors (28 pàgines) amb 3 vals per full taladrats al lateral i entre tiquets i portada.
- c. Impressió a 4+4 color i la portada fresada.
- d. Enquadernació cavallet (2 grapes) .
- e. Paper estucat mate de 115 g les pàgines interiors i 250 g la portada.
- f. Nombre de còpies: 5.200 impressions.

Descripció del treball:

- a. Portada amb el logotip de La Ruta del Cister i el títol de la campanya (incloure en el disseny la validesa, el web i visites gratuïtes i tiquets descompte).
- b. Índex (indicar el nom del recurs, la pàgina i distingir-lo per comarques).
- c. Mapa de situació de les tres comarques dins Catalunya.
- d. Condicions i normes generals de la promoció.
- e. Cada val serà imprès a dues pàgines: en una hi haurà el nom del municipi i la comarca, el nom del recurs o activitat, fotografia, autor de la fotografia si s'escau, l'estalvi amb import i pictograma, tipus de visita (lliure, guiada o semi guiada) i si és 2x1 o gratuïta. Al dors del val hi haurà: el nom del recurs o activitat, tipus de visita, horaris, contacte i la frase: "*Promoció vàlida fins al 31-12-26. No acumulable a altres promocions.*"
- f. Contraportada. Interior: espai pel segell de l'establiment col·laborador i logotip de La Ruta del Cister. Exterior: xarxes socials de La Ruta del Cister (Facebook, Instagram i Youtube), i els logotips dels tres consells comarcals seguint l'ordre (Alt Camp, Conca de Barberà i l'Urgell), i de les marques de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural, Turisme Catalunya, Ara Lleida i Diputació de Lleida, Costa Daurada i Patronat de turisme. I finalment el web.

Prestació del servei:

- a. Els continguts seran proporcionats a l'adjudicatari, correspondrà a l'adjudicatari realitzar tasques d'adequació del relat i dels missatges de comunicació en català per fer-la adequada al públic objectiu (turistes).
- b. Idioma: català (seguint l'estàndard regulat per l'Institut d'Estudis Catalans, amb els trets gramaticals i ortogràfics característics del català central) i castellà (només l'apartat de condicions i normes generals de la promoció). Les correccions ortogràfiques i gramaticals, així com les traduccions, seran responsabilitat de l'adjudicatari.
- c. L'empresa adjudicatària haurà de presentar mínim tres propostes creatives de la portada i del format, ordre i estructura dels continguts i proposar apartats o elements a incorporar. Cada proposta haurà d'anar acompanyada d'una memòria explicativa que justifiqui el concepte, la coherència amb la identitat de La Ruta del Cister i els criteris de disseny, per facilitar la seva valoració i garantir la qualitat del projecte.
- d. Dissenyar gràficament els diversos apartats del fulletó amb totes les seves imatges, dibuixos esquemàtics, il·lustracions, mapes de situació, elements de disseny, etc.
- e. Les fotografies seran proporcionades a l'adjudicatari.
- f. Realitzar mínim 3 proves i modificacions del material definitiu i no es podran elaborar ni imprimir els elements definitius sense l'aprovació prèvia del Consell Comarcal de la Conca de Barberà.
- g. L'empresa contractista farà entrega del material imprès, l'arxiu vectoritzat i fitxer editable.
- h. El material s'haurà d'entregar en tres llocs diferents: 1.300 unitats al Consell Comarcal de l'Alt Camp, 2.600 unitats al Consell Comarcal de la Conca de Barberà i 1.300 unitats al Consell Comarcal de l'Urgell. Les caixes de fulletons han de tenir un pes recomanat de 3 kg, per facilitar-ne la manipulació i garantir la seguretat. En cap cas el pes de la caixa podrà superar els 5 kg. L'adjudicatari haurà de notificar prèviament la quantitat de caixes, les dates d'entrega i la persona de contacte de cada ens.

4. PROGRAMACIÓ

ACCIÓ	MES
MAIL INFORMATIU	NOVEMBRE
ENVIAMENT FULL INSCRIPCIÓ	NOVEMBRE
DATA MÀXIMA	NOVEMBRE
TREBALLS	DESEMBRE
TASQUES D'EDICIÓ	DESEMBRE
REPARTIMENT/PROMOCIÓ	GENER