



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PARTICULARS QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE PER A PRESTAR EL SERVEI D'ORGANITZACIÓ, REALITZACIÓ I COMUNICACIÓ DE LA CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ PER PREVENIR I REDUIR LES PÈRDUES I EL MALBARATAMENT ALIMENTARIS. EXPEDIENT AG-2026-14.

1. ANTECEDENTS

Un terç dels aliments produïts a nivell mundial es perden o es malbaraten. A Catalunya, cada es llencen 35 kg d'aliments per persona i any de mitjana (segons dades de l'Agència de Residus de Catalunya). Això, suposa un impacte social, mediambiental i econòmic molt gran.

El Govern de Catalunya va aprovar l'any 2020 la Llei 3/2020, de l'11 de març, per a la prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari (en endavant PMA). Algunes de les mesures de suport i foment per a la prevenció de les PMA que estipula la llei per part de l'Administració pública (Article 13) són:

- Fomentar campanyes informatives i de sensibilització per a prevenir les pèrdues i el malbaratament alimentaris i l'impacte en la sostenibilitat econòmica, social i ambiental que comporten, i conscienciar sobre la necessitat d'afavorir un consum responsable.
- Sensibilitzar, formar i capacitar tots els agents de la cadena alimentària sobre la necessitat de prevenir les pèrdues i el malbaratament alimentaris, recuperar el valor dels aliments i promoure'n l'aprofitament, i especialment sobre la diferència entre la data de consum preferent i la data de caducitat.

És per això que des de l'any 2017 el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (en endavant DARPA) està treballant en l'Estratègia Aprofitem els Aliments per tal de prevenir i reduir les pèrdues i el malbaratament alimentari al llarg de la cadena agroalimentària. L'estratègia consta de 5 eixos principals:

1. Recerca i generació de coneixement
2. Sensibilització
3. Accions i eines de prevenció
4. Regulació
5. Co-governança

Un dels eixos clau d'aquesta estratègia és doncs la promoció d'accions de sensibilització, l'objectiu de les quals és conscienciar al sector agroalimentari i a la societat en general sobre la importància de la prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari.

En aquest sentit, des de la Subdirecció de Transferència i Innovació Alimentària, s'organitza la Campanya de comunicació i sensibilització, que aglutina diverses activitats de sensibilització arreu de Catalunya envers la problemàtica de les pèrdues i el malbaratament alimentari. Les tres activitats principals són: els àpats Gastrorecup, la Marató d'espigolades i el Gran Dinar d'Aprofitament. La Marató d'Espigolades és coorganitzada amb la Fundació Espigoladors.

Un dels punts clau d'aquesta campanya és definir i executar un pla de comunicació per tal d'arribar i conscienciar al màxim de persones possible amb un missatge clar, així com tenir una bona organització i planificació de la campanya.

La campanya es realitza coincidint amb el dia internacional de conscienciació sobre les pèrdues i el malbaratament alimentaris, que és el 29 de setembre, i té una durada aproximada d'un mes. Els actes del Gran Dinar d'Aprofitament i la Marató d'Espigolades, s'organitzen en cap de setmana.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

El present Plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars que regiran la prestació del servei d'organització, realització i comunicació de la campanya de sensibilització definint així les seves qualitats. Els objectius d'aquest contracte són:

- Planificar, coordinar i difondre la campanya i les seves activitats
- Organitzar i coordinar l'execució dels àpats Gastrorecup
- Organitzar, coordinar i executar el Gran Dinar d'Aprofitament

3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

LOT 1. Coordinació i execució de la comunicació de la campanya

Coordinar i gestionar la comunicació de la campanya per la prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentaris, així com crear els materials de difusió necessaris. Dins d'aquest lot l'empresa licitadora ha de cobrir la comunicació de totes les activitats integrades dins la campanya. L'empresa adjudicatària també haurà de realitzar la cobertura comunicativa a nivell audiovisual (fotografia i vídeo) dels àpats Gastrorecup, la Marató d'espigolades i el Gran dinar d'Aprofitament, així com d'altres possibles activitats que puguin adherir-se a la campanya, si escau. L'empresa també haurà de preparar els materials per a la difusió a través de xarxes socials i mitjans de comunicació, sota la supervisió de l'oficina de comunicació del Departament, així com cercar i subcontractar prescriptors de la campanya (influencers) que difonguin la campanya a través dels seus canals i participin de les diverses activitats.

Aquest lot ha de cobrir, doncs, les tasques següents:

a) Elaboració d'un Pla comunicació

- Dissenyar un pla de comunicació de tota la campanya, en coordinació amb els serveis tècnics i l'Oficina de Comunicació del DARPA.
- Crear o preparar un cronograma amb el copy i el material les diferents accions comunicatives a xarxes socials així com dissenyar aquestes publicacions, complint amb els requisits de l'oficina de comunicació del Departament. El material s'haurà d'entregar com a màxim una setmana abans de la seva data de publicació per poder fer previsió en la planificació del contingut.
- Cobrir la comunicació de tots els actes de la campanya (Gastrorecup, Gran Dinar d'Aprofitament, Marató espigolades i altres).
- Organitzar una roda de premsa i convocatòria de mitjans, en coordinació amb l'Oficina de Comunicació del Departament, per donar el tret de sortida a la campanya.
- Contactar amb mitjans i premsa locals.
- Assistir de manera presencial a les diferents activitats de la campanya (mínim 10 àpats Gastrorecup, el Gran Dinar d'Aprofitament i la Marató espigolades).
- Identificar i subcontractar persones clau (influencers) perquè assisteixin als esdeveniments i donguin visibilitat a la campanya, i fer posterior seguiment de l'impacte. Els vídeos que publiquin aquests influencers han de ser en format reel i només per instagram, de màxim un minut; han de ser peces elaborades i que difonguin les activitats de la campanya. Per exemple, pel que fa als Gastrorecup, podrien assistir a algun dels àpats i comentar els plats i

al final del vídeo anunciar el seguit d'accions del Gastorecup i de la campanya i com apuntar-s'hi.

- Gestionar les invitacions a entitats relacionades amb l'àmbit de l'aprofitament alimentari i la prevenció del malbaratament. Per a aquesta tasca s'hauran de coordinar amb els adjudicataris del lot 2 i 3.
- Redactar nota de premsa inici i fi campanya i de cada una de les activitats: Gastorecup, Gran Dinar d'Aprofitament, Marató d'espigolades.
- Preparar el Clipping de Premsa de tota la campanya, classificant les publicacions per esdeveniment i tipologia de mitjà de comunicació.

b) Disseny i creació material gràfic

- Dissenyar i crear material gràfic de comunicació dels esdeveniments: Cartell, aplicacions gràfiques per vídeo i xarxes socials, roll-ups, tríptics, plantilla menú dels àpats, entre d'altres.
- Dissenyar i produir material de marxandatge, si escau.
- Dissenyar i elaborar material didàctic i divulgatiu (infografies, vídeos, etc) per conscienciar i sensibilitzar a la ciutadania de la problemàtica de les pèrdues i el malbaratament alimentaris per a publicar durant els dies de la campanya a través dels canals del Departament. Aquestes infografies han d'adaptar-se als formats utilitzats pels canals a xarxes socials del Departament i acordar amb els responsables de l'Oficina de Comunicació la línia de disseny, que s'ha d'adaptar al Protocol d'Identitat Visual de la Generalitat. Aquests formats són:

Instagram: carrusel i stories dinàmiques

X: Infografies destinades a un sol tuit, evitant els fils i en aquestes prioritzar les dades i els anàlisis quantitius

- Preparar i enviar un kit als restaurants que participen al Gastorecup amb tot el material visual i gràfic de la campanya (cartell de l'esdeveniment, tríptic informatiu, plantilla per imprimir menú i material de marxandatge si escau, així com altres possibles materials que es determinin durant la preparació de la campanya).
- Dissenyar i crear el web de venda d'entrades Gastorecup, seguint les directrius de l'oficina de comunicació del Departament.

c) Creació material audiovisual

Crear material visual (fotos i vídeos) de tots els esdeveniments de la campanya. L'empresa licitadora ha de crear vídeos tant previs a les activitats, amb material d'edicions anteriors, com posteriors a la realització de cada activitat, amb material enregistrat per l'empresa adjudicatària.

L'empresa haurà de cobrir a nivell de fotografia i vídeo:

- 6 àpats Gastorecup
- 2 espigolades
- Gran Dinar d'Aprofitament
- Altres possibles activitats en el marc de la campanya, com ara la sessió de formació a restauradors i proveïdors que participin al Gastorecup o la roda de premsa, entre d'altres

Els materials que s'hauran de crear són:

- 4 vídeos pre-campanya tipus reel, que no durin més d'un minut, per penjar a xarxes socials i pàgina web del Departament: un per cadascuna de les activitats (Gastorecup, Gran dinar i Marató espigolades) i un de genèric de la campanya.
- 4 vídeos post-campanya per penjar a xarxes socials i pàgina web del Departament: un per cadascuna de les activitats tipus reel que no durin més d'un minut (Gastorecup, Gran dinar i Marató espigolades) i un de genèric de la campanya amb els principals indicadors (nombre de persones participants, nombre de restaurants adherits, nombre de kg d'aliments recuperats, tones CO2 evitades..). Pel que fa a aquest vídeo resum de

- tota la campanya haurà de ser en format horitzontal i vertical, com també, versió curta (màx. 1 min.) i versió llarga, per si es vol compartir per Youtube (p. e. 3 min.).
- 10 Càpsules de vídeos relacionats amb la campanya.

LOT 2. Organització àpats Gastorecup

L'empresa ha d'organitzar els àpats Gastorecup arreu de Catalunya, que són el tret de sortida de la campanya. Aquesta activitat consisteix en la realització d'un àpat per part de diferents restauradors/es del territori, a partir d'aliments que anaven a ser descartats del circuit comercial per causes diverses. D'aquesta manera es vol conscienciar tant els restaurants participants, com els proveïdors, la pagesia i, sobretot, la població, de la problemàtica del malbaratament alimentari i demostrar que amb aliments recuperats es poden preparar àpats de qualitat.

Per a aquest lot es requereix d'un/a cuiner/a d'alt prestigi, expert/a en cuina sostenible i reaprofitament alimentari i amb un fort impacte mediàtic, que faci d'ambaixador/a dels Gastorecup. Aquesta persona ha de conèixer l'abastament de la temàtica de la prevenció de malbaratament alimentari al sector de la restauració, tenir experiència sòlida en cuina d'aprofitament i tenir capacitats comunicatives i de divulgació per poder transmetre, d'una banda als restauradors la importància de fer arribar el missatge als comensals de la millor manera possible, i d'altra banda, als comensals, la importància de lluitar contra el malbaratament alimentari. A més, ha de ser una persona compromesa amb el medi ambient i la sostenibilitat en el sector de la restauració, així com incentivar el consum de productes locals, de temporada i de proximitat, promovent una cuina sostenible, d'aprofitament i respectuosa amb el territori, que posi al centre la prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentari.

En una primera fase, l'empresa haurà de contactar amb federacions d'hostaleria, gremis i altres associacions per explicar la campanya i que proposin i contactin possibles restaurants per participar dels àpats Gastorecup. La selecció de restaurants es farà conjuntament amb el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació.

A continuació s'obrirà una fase on els restaurants es podran inscriure per participar als àpats Gastorecup. L'empresa adjudicatària haurà de gestionar aquesta inscripció, assegurant que els participants concreten el dia i hora on oferiran l'àpat, si oferiran dinar o sopar i que es comprometen a seguir les indicacions de l'organització. El nombre de restauradors participants serà de màxim 75. Els restaurants que vulguin participar hauran d'estar compromesos amb el medi ambient i ser un negoci sostenible, ja que no es vol tractar la prevenció de malbaratament alimentari com un tema aïllat, sinó com part d'un model de cuina sostenible.

En paral·lel, l'empresa licitadora haurà de contactar amb empreses del sector agroalimentari per col·laborar amb la campanya i participar com a proveïdors d'aliments, que per motius diversos no han pogut entrar dins el circuit comercial o anaven a ser descartats, per tal d'oferir als restaurants que participen al Gastorecup un llistat de proveïdors col·laboradors. No obstant, a les formacions es potenciarà que els restaurants es proveïxin amb els seus proveïdors habituals, per tal de sensibilitzar-los i integrar així l'aprofitament en el dia a dia dels restaurants, més enllà de la campanya.

L'empresa haurà d'organitzar dues sessions informatives a càrrec del/de la xef especialitzat/da en cuina d'aprofitament: una pels restauradors on s'expliqui en què consisteixen els àpats Gastorecup i una altra per explicar més detalladament el desenvolupament dels àpats i el proveïment d'aliments recuperats, així com donar-los idees en la creació de menús innovadors a partir d'aquests aliments.

L'empresa adjudicatària ha d'establir el calendari de tots els àpats dins el període de la campanya i ha de gestionar la venda d'entrades a través del web Gastorecup. A més, ha de fer un seguiment i acompanyament als restauradors durant tota la campanya.

Aquest lot ha de cobrir, doncs, les tasques següents:

- Contactar federacions i gremis d'hostaleria per explicar la iniciativa i que proposin i contactin restaurants que vulguin participar.
- Gestionar sistema de sol·licitud dels restaurants i assegurar que donen totes les dades necessàries amb l'antelació suficient requerida.
- Seleccionar, juntament amb el/la xef i el DARPA, restaurants implicats amb l'alimentació sostenible i engrescar-los a participar.
- Contactar i gestionar els proveïdors que participaran en la distribució d'aliments que anaven a ser descartats per a l'elaboració dels àpats Gastrorecup.
- Gestionar la venda d'entrades i les possibles incidències, a través de la plataforma que hagi creat l'adjudicatari del lot 1, així com gestionar amb els restauradors participants les factures derivades d'aquesta venda d'entrades.
- Coordinar amb els restauradors el sitting dels àpats, principalment pel que fa a les persones convidades (en coordinació amb empresa licitadora del lot 1) i la representació institucional.
- Fer seguiment i acompanyament dels restauradors i proveïdors participants abans i durant la campanya.
- Recopilar informació i feedback dels àpats.
- Realitzar informe resultats, incloent el feedback dels àpats així com els principals indicadors d'impacte de cada àpat i general (kg d'aliments recuperats, nombre de comensals, nombre de proveïdors participants, tones de CO2 evitades, litres d'aigua estalviats, etc).

El/la xef expert/a en aprofitament dels aliments subcontractat/da realitzarà les següents tasques:

- Donar suport en la cerca i selecció de restaurants.
- Organitzar una sessió d'informació per a restauradors on s'expliqui en què consisteix el Gastrorecup i una sessió de formació als restauradors i proveïdors participants per explicar el funcionament dels àpats així com el proveïment i per resoldre tots els dubtes que puguin sorgir.
- Assistir a 10 àpats, als restaurants que indiqui el DARPA, per acompanyar la cuina i dinamitzar la sala durant l'àpat, així com fer una petita xerrada per explicar l'objectiu del Gastrorecup.
- Esdevenir el principal prescriptor dels àpats Gastrorecup i fer difusió de l'esdeveniment a través dels seus canals.
- Col·laborar en possibles accions que promoguin la cuina de reaprofitament, com ara en la creació d'un receptari.

LOT 3. Organització Gran Dinar Aprofitament

Organitzar un àpat popular d'aprofitament a una ciutat de Catalunya, d'acord amb les indicacions dels serveis tècnics del Departament, elaborat amb aliments recuperats, amb l'objectiu de sensibilitzar la població sobre el malbaratament alimentari i l'aprofitament dels aliments.

L'empresa o entitat adjudicatària, que organitzarà i coordinarà l'àpat ha d'estar compromesa amb la prevenció del malbaratament alimentari i tenir experiència en la gestió i organització d'activitats de reaprofitament alimentari.

L'àpat és un esdeveniment que consisteix en un àpat obert a la ciutadania, en el que s'ha de muntar a l'espai públic un espai de cuina i magatzem, taules de preparació, punt de neteja i acollida del voluntariat necessaris per a poder fer neteja, triatge, preparació i cocció dels aliments rescatats i posterior elaboració i servei en forma de diferents receptes i plats saborosos i nutritius, així com tota la infraestructura per acollir als comensals (taules, cadires, etc.) i per dinamitzar l'acte (escenari, equip de so, presentador/conductor acte, etc.).

L'empresa o entitat adjudicatària haurà de contactar mínim 3 xefs per a que liderin l'àpat i que, amb l'ajuda de voluntaris, prepararan i cuinaran els aliments recuperats. També haurà de mobilitzar les persones voluntàries a través de les seves xarxes socials, des del Banc dels Aliments, des de l'ajuntament de la localitat on es faci el gran dinar i contactant amb diferents entitats del teixit associatiu local.

L'empresa o entitat adjudicatària ha d'organitzar una formació a tot el voluntariat participant per introduir-los a la problemàtica i contextualitzar l'acció, ubicar-los en l'espai i explicar-los quines seran les tasques a realitzar, i sobretot posar èmfasi en les bones pràctiques a seguir per garantir en tot moment la higiene i la seguretat alimentària.

Els aliments recuperats es recol·lectaran de diverses maneres: a través d'espigolades al camp i d'una espigolada urbana pels comerços del voltant de la localització del dinar, prèviament informats. A través dels xefs també s'aconsegueixen altres aliments que per diferents motius anaven a ser descartats, però que han de complir amb tots els requisits de seguretat alimentària que estableix al normativa vigent. L'acció promou el residu zero, per tant es convidarà als comensals i voluntariat a dur el seu kit de plat coberts i got de casa i, en cas que no en portin, s'entregaran kits compostables, per evitar el màxim de residus possibles.

El servei d'organització de l'àpat que s'especifica en aquest lot inclou totes les despeses de l'esdeveniment, entre les quals també hi figuren la infraestructura i logística de l'esdeveniment, el lloguer de material i de vehicles, i les compres necessàries per donar compliment a l'objecte del contracte.

A part de l'àpat de reaprofitament, aquest mateix dia l'empresa o entitat adjudicatària ha d'organitzar i coordinar diferents activitats amb altres entitats que treballen el reaprofitament i la prevenció del malbaratament alimentari, com ara espais d'entrevistes, parada d'adopció amb les fruites i verdures que no s'hagin utilitzat per cuinar, paradetes entitats o actes que dinamitzin l'acte, amb la participació d'entitats locals.

L'empresa o entitat adjudicatària ha de fer difusió de l'acte, sota la coordinació de l'empresa adjudicatària del Lot 1 i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Al final de l'acte es donaran dades d'impacte de l'acció (kg d'aliments rescatats, voluntaris, àpats servits, kg CO2 evitats, litres aigua evitats, entre d'altres)

Aquest servei, doncs, haurà de cobrir les tasques següents:

- Organitzar, en coordinació amb el DARPA i l'ajuntament corresponent, l'àpat d'aprofitament i planificar l'espai on es realitzarà (punts de llum, d'aigua, permisos, etc.), inclòs el lloguer de material necessari per la correcta organització de l'àpat (furgonetes, cuina, material per cuinar, carpes, equip de so, taules i cadires..)
- Buscar, seleccionar i contactar cuiners per coordinar l'equip de cuina de l'àpat. Aquests cuiners/eres hauran de ser representatius de la zona on es realitza l'àpat.
- Portar un speaker que dinamitzi el dia del Gran Dinar
- Buscar i convidar organitzacions del sector agroalimentari de la ciutat on es farà el dinar que treballin en la prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentaris.
- Organitzar i gestionar els voluntaris que participaran en l'acte, oferint una formació i el suport necessari.
- Fer un mapeig i ruta informativa als comerços i forns de pa de la ciutat on es realitza l'acte, perquè siguin coneixedors de l'acte i facin d'altaveu, penjant el cartell als seus aparadors. També servirà per aconseguir comerços on poder recollir aliments recuperats.
- Organitzar la recol·lecció d'aliments a través d'una espigolada urbana pels comerços de la ciutat per cuinar l'àpat així com una espigolada al camp a través de la Fundació Espigoladors.

- Coordinar-se amb Ajuntament, DARPA i l'empresa adjudicatària del lot 1 per gestionar la comunicació i divulgació de l'acte.
- Gestionar tot el transcurs de l'acte i coordinar els diferents actors implicats, definint una persona responsable.
- Organitzar activitats paral·leles que es duren a terme durant el dia de l'àpat d'aprofitament.
- Coordinar i gestionar la recollida de tot el material i l'espai un cop finalitzat l'acte.
- Fer un informe final de l'acte on s'expliqui tot el procés que s'ha seguit de recol·lecció d'aliments, gestió del voluntariat, activitats organitzades, fotografies de l'acte, així com indicadors concrets, com ara kg d'aliments rescatats, nombre de voluntaris, àpats servits, receptes elaborades, kg CO2 evitats, litres aigua evitats, entre d'altres.

4. TERMINI EXECUCIÓ

La durada del present contracte engloba l'edició 2026 de la campanya de sensibilització per prevenir i reduir les pèrdues i el malbaratament alimentaris. El termini d'execució del present contracte és des de la data de formalització del contracte fins el 30 de novembre de 2026, amb possibilitat de prorrogar-lo 4 anys més, com a màxim, fins el 30 de novembre de 2030.

Atenent l'article 29.2 LCSP, la pròrroga serà obligatòria per a l'empresa si l'avís de pròrroga es comunica com a mínim amb dos mesos d'anticipació a la data de finalització del contracte o de la pròrroga corresponent.

Barcelona, a data de signatura electrònica

Joan Gòdia Tresàncez
Direcció General d'Empreses Agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia

