

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques PARTICULARS QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS RELATIUS A LA PROMOCIÓ DE L'ENOTURISME A TRAVÉS DE LES RUTES DEL VI CATALUNYA, D'ACORD AMB LES ACTUACIONS DE COHESIÓ ENTRE DESTINACIONS "CATALUNYA, TERRA DE SABORS", 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 V "[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 24 "Rutes del vi de Catalunya" s'incardina dins de l'Eix 4 de Competitivitat, 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 resilient 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 resilents 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 Espanya nació emprenedora](#)", 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 resilientes. 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 actants: 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 una de les actuacions de l'ACD Terra de Sabors, en concret l'**actuació 24 de l'Eix 4. Competitivitat**, que està relacionada amb la "**Millora de la competitivitat de la oferta actual de les rutes del vi de Catalunya**".

A efectes informatius, les rutes del vi de Catalunya són les següents:

- Ruta del vi del Penedès
- Ruta del vi de l'Empordà
- Ruta del vi de la DO Alella
- Ruta del vi de Lleida – Costers del Segre
- Ruta del vi de la DO Pla de Bages
- Ruta del Trepat de la Conca de Barberà
- Ruta del vi de la comarca del Priorat
- Ruta del vi de la DO Tarragona
- Ruta del Vi de la DO Terra Alta

Cal posar de manifest també, que l'Agència Catalana de Turisme posa a l'abast del sector turístic català l'afiliació al [Programa de Turisme Enogastronòmic](#), del qual formen part les diferents rutes del vi i empreses del sector enoturístic.

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 España 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: Serveis relatius a la promoció de l'enoturisme a través de les rutes del vi Catalunya:

1. Estructuració de producte:

- a. Creació del manual de producte de les Rutes del Vi de Catalunya.
- b. Diagnòstic de competitivitat turística de les Rutes del Vi de Catalunya.

2. Elaboració de continguts sobre les Rutes del Vi de Catalunya per tal de poder fer-ne promoció:

- a. Creació d'un relat compartit de les Rutes del Vi de Catalunya en la seva totalitat.
- b. Elaboració dels continguts per crear un apartat de les Rutes del Vi de Catalunya a la pàgina web www.catalunya.com.
- c. Creació d'un mapa guia en format digital.

3. Posada en valor de les Rutes del vi de Catalunya per sensibilitzar residents i turistes:

- a. Producció d'un espot de campanya i 14 càpsules per xarxes socials.
- b. Producció de 50 fotos.
- c. Organització d'actes per tal de sensibilitzar els residents i els turistes de proximitat sobre les Rutes del Vi de Catalunya.

Indicadors de consecució del projecte:

- Per l'actuació 1:

- Nombre de manuals de producte dissenyats.
- Nombre d'informes de competitivitat de les rutes del vi realitzats.
- Per a l'actuació 2:
 - Nombre de relats generats.
 - Nombre de continguts generats per al portal web catalunya.com
 - Nombre de mapes d'entourisme a Catalunya dissenyats.
- Per a l'actuació 3:
 - Nombre d'espots publicitaris generats
 - Nombre de càpsules de vídeo elaborats
 - Nombre de fotos de les rutes del vi elaborades
 - Nombre de presentacions de les rutes efectuades

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.I1.

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 els serveis relatius a la promoció de l'enoturisme a través de les Rutes del Vi de Catalunya, 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 24 de l'Eix 4. Competitivitat, que està relacionada amb la Millora de la competitivitat de la oferta actual de les rutes del vi de Catalunya.

Aquesta licitació es divideix en **tres lots**:

3.1. Lot 1. Estructuració de producte de les Rutes del Vi a nivell de Catalunya

L'objecte d'aquest lot persegueix l'estructuració de les rutes del vi a nivell de Catalunya a través d'un anàlisi de competitivitat turística de la oferta actual i de la creació d'un

manual d'ús intern que defineixi les regles del joc i els requisits que haurien de complir les diferents propostes enoturístiques territorials per ser considerades una "ruta del vi". Les Rutes del vi i els seus establiments adherits, cellers empreses i les experiències de les rutes vitivinícoles, hauran de complir uns requisits de garantia i competitivitat que estaran recollits a un Manual de producte, que està inspirat en el model de les Rutes del Vi de l'Associació Espanyola de Ciutats del Vi (ACEVIN). Aquest manual servirà per decidir l'afiliació de rutes i establiments enoturístic al Programa de Turisme Enogastronòmic de l'Agència Catalana de Turisme.

L'actuació es completarà amb un anàlisi de competitivitat que ha d'identificar les mancances de cada ruta a nivell de productes i experiències per motivació, temàtica i *targets*.

3.2. Lot 2. Elaboració de continguts sobre les Rutes del Vi de Catalunya per tal de poder fer-ne promoció

L'objecte d'aquest lot és l'elaboració d'un relat que articuli i cohesioni la totalitat de les Rutes del Vi de Catalunya, establint un marc narratiu comú alineat amb l'estratègia de promoció del turisme enogastronòmic de l'Agència Catalana de Turisme.

També contempla la definició del guió i de l'estructura de continguts per a la presència de les Rutes del Vi al portal www.catalunya.com, així com la redacció dels continguts textuais i multimèdia necessaris, d'acord amb les directrius establertes per l'ACT i en els idiomes requerits.

Finalment, es preveu el disseny, maquetació i producció del mapa guia en formats digital, assegurant-ne la funcionalitat, l'accessibilitat i la coherència amb la identitat gràfica de l'ACT.

3.3. Lot 3. Posada en valor de les Rutes del vi de Catalunya per sensibilitzar residents i turistes

L'objecte d'aquest lot és dissenyar i executar una estratègia integral de comunicació i sensibilització dirigida tant a residents com a turistes de proximitat, per incrementar el coneixement, la notorietat i la valorització de les Rutes del Vi de Catalunya.

Aquesta estratègia haurà de combinar producció audiovisual, continguts gràfics d'alt nivell i accions presencials participatives, amb l'objectiu de connectar amb el territori i generar una vinculació emocional amb les rutes del vi, els valors del paisatge, la cultura del vi i el seu patrimoni vinculat.

4. Activitats i funcions de l'empresa contractista

4.1. Lot 1. Estructuració de producte rutes del vi a nivell de Catalunya

La realització d'aquest lot s'estructurarà en dues actuacions:

1. Creació del manual de producte de les Rutes del Vi de Catalunya.
2. Diagnòstic estratègic de competitivitat de les rutes del vi.

4.1.1. Actuació 1. Creació del manual de producte de les Rutes del Vi de Catalunya

Aquest manual ha de ser un document de recomanacions que serveixi com a guia de referència a l'ACT per disposar d'una eina de difusió i promoció de l'enoturisme a Catalunya.

4.1.1.1. Contingut del manual de producte

L'empresa contractista haurà de redactar un document amb el següent contingut:

- 1. Introducció i marc estratègic:
 - Objectiu del manual: explicar la seva finalitat com a eina de gestió i promoció del producte enoturístic.
 - Context i justificació: importància de l'enoturisme a Catalunya i la necessitat de coordinar les rutes sota una mateixa estratègia.
 - Encaix amb les polítiques turístiques: vinculació amb l'estratègia turística de Catalunya i amb projectes com "Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia 2025", Pla territorial enogastronomia de Catalunya 2022-27.

- 2. Catalunya enoturística amb xifres:
 - Dades de context: importància econòmica de l'enoturisme a Catalunya.
 - Xifres clau demanda:
 - Visitants anuals totals i per ruta.
 - Pes econòmic del sector.
 - Nombre d'empreses vinculades.
 - Xifres clau des del punt de vista de la oferta: Nombre de cellers visitables, empreses adherides...
 - Tendències de mercat: evolució de la demanda, tipologia de visitant, perfil de consum i mercats emissors.

- 3. Les Rutes del Vi de Catalunya:
 - Definició de l'ecosistema enoturístic de Catalunya:
 - Mapa general: representació visual de les rutes sobre el territori català.
 - Descripció de cadascuna de les rutes. Hi haurà una doble pàgina de cada ruta amb una descripció, el logo de la ruta, la seva proposta de valor, les experiències més destacades, etc...
 - Governança i organització de les rutes: estructura de gestió, rols dels diferents actors i responsabilitats.

- 4. Requisits que ha de complir una proposta territorial enoturística per considerar-se una "Ruta del vi" competitiva i adherir-se al [Programa de Turisme Enogastronòmic](#):
 - Requisits generals per a les rutes:
 - Existència d'un organisme gestor amb estructura operativa definida.
 - Oferta enoturística mínima consolidada: cellers, allotjaments, restaurants, activitats.
 - Disposar d'un pla estratègic i accions de promoció pròpies.
 - Compliment dels criteris de sostenibilitat i turisme responsable.
 - Requisits per a empreses adherides a la ruta:
 - Tenir productes i experiències enoturístiques preparades per a la comercialització.
 - Compromís amb la qualitat de l'atenció al visitant.
 - Participació en formacions i activitats de dinamització.
 - Protocols d'atenció al client, accessibilitat i inclusivitat.
 - Integració de criteris de sostenibilitat i turisme regeneratiu en les experiències.
 - Procés d'adhesió: Quotes, gestió d'altes i baixes, auditories...

- 5. Seguiment, control i actualització de les rutes del vi als seus membres afiliats al [Programa de Turisme Enogastronòmic](#):

- Quadre de comandament amb indicadors clau: nombre d'empreses adherides, volum de visitants, impacte econòmic, qualitat de l'experiència, etc.
- Protocol d'avaluació periòdica de les rutes i empreses enoturístiques afiliades al programa.
- Procés d'actualització anual del manual per garantir-ne la vigència.

Aquesta publicació s'haurà de presentar de manera molt visual i atractiva a partir d'un disseny innovador, amb infografies i icones gràfiques vinculades als diferents apartats, requisits, xifres. etc... També haurà d'incloure un mapa de Catalunya amb totes les rutes del vi.

L'empresa contractista haurà de realitzar reunions amb els diferents òrgans gestors de cadascuna de les rutes del vi per tal de recopilar la informació que ha de constar al manual de producte. D'aquestes reunions, almenys una, haurà de ser en format presencial a la seu administrativa de cada ruta.

4.1.1.2. Característiques tècniques:

- Número de pàgines: màxim 60 pàgines.
- Dimensions: adaptades tant a la visualització en pantalla com a la impressió tipus DIN A3.
- Format: PDF interactiu.
- Idiomes: català.

4.1.2. Actuació 2: Diagnòstic estratègic de competitivitat de les rutes del vi Catalunya

L'objectiu principal d'aquesta actuació és realitzar una anàlisi integral i comparatiu de l'estat actual de les Rutes del Vi de Catalunya per determinar el seu nivell de competitivitat dins del mercat enoturístic català, estatal i internacional, identificant els punts forts, les àrees de millora i les oportunitats estratègiques per consolidar-les com un producte turístic de referència.

Aquest diagnòstic ha de proporcionar una fotografia precisa i objectiva de la situació actual, combinant dades quantitatives (volum de visitants, impacte econòmic, nombre d'empreses adherides, nivells de comercialització, presència digital, etc.) amb anàlisis qualitatives (percepció de marca, valor diferencial, qualitat de l'experiència, governança i cohesió entre agents).

A partir d'aquest coneixement, l'actuació té com a finalitat definir el posicionament competitiu de cada ruta, establint una base sòlida per planificar accions estratègiques de millora, promoció i comercialització.

L'objectiu no és només analitzar la situació actual, sinó també detectar oportunitats estratègiques que permetin:

- Atraure nous segments de públic i mercats internacionals.
- Incorporar tendències emergents: turisme *premium*, *wellness*, *slow travel*, sostenibilitat i turisme regeneratiu.
- Potenciar sinergies amb altres productes turístics com la gastronomia, la cultura i el turisme actiu.

El diagnòstic servirà de punt de partida per:

- Definir línies estratègiques a mitjà i llarg termini.
- Orientar la inversió pública i privada en promoció i producte.

- Millorar la coordinació i col·laboració entre administracions, empreses i entitats de promoció.
- Detectar buits d'oferta o experiències poc desenvolupades.
- Establir indicadors de seguiment per monitoritzar l'evolució de la competitivitat

4.1.2.1. *Contingut del diagnòstic*

El contingut del diagnòstic serà com a mínim el següent:

1. Anàlisi de context:

- Evolució del mercat enoturístic a Catalunya, Espanya i mercats internacionals.
- Tendències globals i noves demandes dels visitants.
- Influència de l'enoturisme en el posicionament turístic de Catalunya.

2. Radiografia actual de les Rutes del Vi:

- Nombre de rutes i estat de desenvolupament de cadascuna.
- Oferta disponible: cellers, empreses adherides, activitats i serveis complementaris.
- Volum de visitants per ruta, perfil i motivacions.
- Grau de digitalització, comercialització i visibilitat online.
- Estat de la governança i estructura de gestió de cada ruta.

3. Avaluació de competitivitat:

- Anàlisi de posicionament: notorietat, reconeixement i imatge de les rutes.
- Anàlisi de producte: qualitat de l'experiència, diversificació i singularitat de l'oferta.
- Anàlisi de mercats: presència a nivell estatal i internacional, mercats emissors prioritaris.
- Anàlisi econòmica: nivell de despesa en compra de vi, compra d'activitats, estimació impacte econòmic,...
- Anàlisi de sostenibilitat: integració de criteris sostenibles i de turisme regeneratiu.

4. Benchmarking de referència:

- Comparativa amb altres rutes de vi d'Espanya (p. ex. Rioja Alavesa, Rías Baixas, Ribera del Duero, Somontano).
- Comparativa amb altres rutes europees i internacionals (Bordeus, Toscana, Napa Valley, etc.).
- Identificació de bones pràctiques i models de gestió d'èxit.

5. Resultats del diagnòstic:

- Matriu DAFO: fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces.
- Quadre de posicionament competitiu: nivell actual vs. competència.
- Mapa d'atractivitat: grau d'interès del producte per segments de mercat.
- Identificació de reptes estratègics i àrees prioritàries d'actuació.

4.1.2.2. *Característiques tècniques de la publicació:*

- Dimensions: adaptades tant a la visualització en pantalla com a la impressió tipus DIN A3.
- Format: un PDF global i un per cadascuna de les rutes del vi.
- Idiomes: català.

L'empresa contractista haurà de realitzar reunions amb els diferents òrgans gestors de cadascuna de les rutes del vi per tal de recopilar la informació que ha de constar al manual de producte. D'aquestes reunions, almenys una, haurà de ser en format presencial a la seu administrativa de cada ruta.

4.2. Lot 2. Elaboració de continguts sobre les Rutes del vi de Catalunya

S'elaborarà un relat de les Rutes del vi de Catalunya que connecti emocionalment amb el públic potencial, i que ha d'estar alineat amb el [relat de turisme enogastronòmic de Catalunya](#). Aquest relat comptarà amb diversos textos inspiradors de les Rutes del vi en el seu conjunt, tant genèrics com segmentats per temporada, *visitors persona* i altres temàtiques d'interès, així com textos per cadascuna de les Rutes que destaquin les seves singularitats, esdeveniments, experiències, *highlights*, productes i plats típics, etc. També caldrà preveure un *claim* i una proposta de valor global de les Rutes del vi de Catalunya com el principal producte enoturístic de la destinació.

La identificació de tots aquests recursos i els textos generats per al relat serviran per desenvolupar els continguts per l'apartat de les Rutes del vi a la pàgina web del www.catalunya.com, així com també per la creació del mapa guia en format digital.

Per a la correcta execució del contracte, els treballs s'estructuraran en quatre fases:

1. Identificació dels recursos i *highlights* de cadascuna de les Rutes.
2. Creació del relat de les Rutes del Vi de Catalunya.
3. Elaboració de continguts per al portal www.catalunya.com.
4. Creació d'un mapa guia en format digital.

4.2.1. Fase 1. Identificació dels recursos i *highlights* de cadascuna de les Rutes

L'empresa contractista cercarà i identificarà les principals singularitats i propostes turístiques (experiències, itineraris, esdeveniments...) de cadascuna de les rutes segons criteris d'elevada atractivitat i competitivitat, i tenint en compte els [visitors persona d'enogastronomia](#) prioritari de l'Agència Catalana de Turisme.

4.2.2. Fase 2. Creació del relat de les Rutes del Vi de Catalunya

L'empresa contractista serà responsable de la conceptualització i redacció d'un relat que articuli i posi en valor el conjunt de les Rutes del Vi de Catalunya. Aquest relat haurà d'incloure un *claim* i una proposta de valor diferenciada, alineada amb l'estratègia de promoció enoturística de l'Agència Catalana de Turisme.

El relat incorporarà els recursos i *highlights* identificats en la primera fase de forma atractiva i inspiradora, que garanteixi la coherència entre territoris i faciliti la seva utilització en futures campanyes i accions promocionals.

4.2.3. Fase 3. Elaboració de continguts per al portal www.catalunya.com

L'empresa contractista assumirà la redacció i adaptació de continguts textuais i gràfics per a la creació d'una landing específica de les Rutes del Vi dins del portal oficial de promoció turística de Catalunya www.catalunya.com.

Aquest apartat haurà d'incloure els elements identificats a la primera fase i es podrà nodrir dels textos del relat elaborat a la segona fase. Com a mínim, la *landing* de les Rutes del vi haurà d'incloure:

- a. Article introductori del conjunt de les Rutes del vi de Catalunya amb *claim* i proposta de valor global.

- b. Articles temàtics o segmentats pel conjunt de les Rutes del vi de Catalunya.
- c. Article per cadascuna de les 9 Rutes del vi destacant les singularitats i propostes turístiques més destacades.
- d. Proposar experiències enoturístiques a destacar de cada Ruta tenint en compte criteris d'atractivitat i competitivitat,
- e. Seleccionar els principals *highlights* del territori de la Ruta vinculats al món del vi (patrimoni cultural enològic, museus, itineraris, etc.)
- f. Incloure informació sobre esdeveniments rellevants vinculats a cadascuna de les Rutes. Els esdeveniments han de ser recurrents i comptar amb periodicitat de celebració. S'han d'incloure aquells que estan adreçats al públic final.
- g. Identificar productes locals (prioritzar productes amb IGP/DOP) que siguin rellevants al territori on s'ubica cadascuna de les Rutes del vi, així com plats típics o possibles maridatges.

Els continguts creats hauran de comptar amb un enfocament clarament turístic i hauran de ser presentats de manera atractiva i accessible per als diferents tipus de públic (locals, turistes nacionals i internacionals) i els [visitor persona](#) definits per l'Agència Catalana del Turisme per tal maximitzar el seu interès per participar en aquestes propostes enoturístiques.

Els continguts hauran de redactar-se, com a mínim, en català, castellà i anglès. L'Agència Catalana de Turisme lliurarà les plantilles model on introduir tots els continguts a l'empresa contractista.

4.2.4. Fase 4. Creació d'un mapa guia en format digital

L'empresa contractista elaborarà un mapa guia de totes les Rutes del Vi de Catalunya que sigui a la vegada un material inspirador, de posicionament i de suport a la planificació, que ubiqui totes les Rutes del vi i les denominacions d'origen i destaquï singularitats, experiències, *highlights*, punts d'interès, esdeveniments, productes i plats típics, informació pràctica, entre altres, de cadascuna de les rutes.

Per a la creació d'aquest material promocional s'utilitzarà la informació recopilada a la primera fase i anirà alineat al nou relat generat elaborat a la segona fase.

L'empresa contractista assumirà l'elaboració dels continguts de la publicació i, per tant, serà responsable de la redacció i traducció de textos i de la producció de contingut fotogràfic i multimèdia de qualitat que reflecteixi els aspectes més atractius de cada ruta i la seva proposta de valor.

Les traduccions han de ser desenvolupades com a mínim de manera automàtica neuronal i assegurant una post validació manual.

El control de qualitat de les publicacions en tots els idiomes sol·licitats anteriorment és responsabilitat de l'empresa contractista, la qual també tindrà la responsabilitat de revisar cadascun dels idiomes una vegada maquetats

També serà responsabilitat de l'empresa contractista els treballs de disseny gràfic i d'edició del mapa digital interactiu i la versió per imprimir, que hauran de complir amb les directrius d'identitat visual i gràfica del [Manual d'Estil](#) de l'Agència Catalana del Turisme.

La publicació es presentarà de manera molt visual i atractiva a partir d'un disseny innovador, amb icones gràfiques, imatges experiencials i vídeos.

L'empresa contractista haurà de crear un codi QR vinculat a la publicació del mapa guia.

4.2.5. Característiques tècniques dels lliurables:

- Relat:
 - Document conceptual complet (PDF) que inclogui el relat, el *claim* i la proposta de valor.
 - Número de pàgines: mínim 30 pàgines
 - Idiomes: català, castellà i anglès
- Continguts web:
 - Esquema dels continguts a incorporar en l'apartat web de les Rutes del vi en document Word.
 - Textos optimitzats per a la lectura en línia i SEO, a entregar en les plantilles excel.
 - Imatges i recursos gràfics adaptats a l'estructura i necessitats de www.catalunya.com.
 - Disponibles en català, castellà i anglès.
- Mapa guia:
 - En format Indesign/ Illustrator:
 - Totes les tipografies i els recursos gràfics per utilitzar en posteriors edicions, si s'escau, del mapa guia
 - Arts finals en obert del mapa guia.
 - Format digital: versió interactiva en PDF optimitzada per a web i dispositius mòbils.
 - En format word:
 - Tots els continguts textuais en totes les versions idiomàtiques del mapa guia.
 - Document on es relacionin les imatges del mapa guia, la pàgina on apareixen, ubicació, títol de la imatge, copyright i qui l'ha facilitada.
 - Esquema dels continguts a incorporar en l'apartat web de les Rutes del vi.
 - En format excel: tots els continguts a introduir en l'apartat de les Rutes del vi al www.catalunya.com segons si es tracta d'articles, propostes turístiques/ experiències, rutes/ itineraris o esdeveniments. L'ACT lliurarà les plantilles.
 - Format preparat per a impressió: guia desplegable adaptada a la impressió tipus DINA3.
 - Idiomes: català, castellà i anglès.

L'empresa contractista serà l'encarregada de bolcar cadascuna de les versions idiomàtiques de la publicació a Infotur, banc de continguts de l'ACT.

4.3. Lot 3: Posada en valor de les Rutes del vi de Catalunya per sensibilitzar residents i turistes

Aquesta actuació es concreta en tres fases:

1. Producció d'un espot de campanya i 14 càpsules de vídeo per xarxes socials.
2. Producció de 50 fotos.
3. Organització d'actes de presentació de campanya per tal de sensibilitzar els residents i els turistes de proximitat sobre les Rutes del Vi de Catalunya.

4.3.1. Fase 1: Producció d'un espot de campanya i 14 càpsules de vídeo per xarxes socials

Aquesta actuació té com a objectiu la creació, producció i edició d'un espot audiovisual principal i 14 càpsules de vídeo adaptades a xarxes socials, amb l'objectiu de posar en valor les Rutes del Vi de Catalunya, sensibilitzar residents i turistes, i estimular-ne la descoberta.

4.3.1.1. Contingut de l'actuació

L'empresa contractista s'obliga a realitzar el rodatge o enregistrament, producció, post-producció i editatge dels elements audiovisuals anteriorment esmentats, i que ha d'incloure, a nivell enunciatiu i no limitatiu, el següent:

1. Estratègia creativa i conceptualització

- Definició de l'eix narratiu: l'enoturisme com a experiència integral que combina paisatge, cultura, persones i gastronomia.
- Missatges clau:
 - Redescobrir Catalunya a través del vi.
 - Posar en valor el patrimoni cultural i natural de cada ruta.
 - Promoure experiències sostenibles i de qualitat.
- *Storytelling* emocional: generar una connexió amb el territori a través de relats que evoquin autenticitat i singularitat.

2. Desenvolupament de guions i *storyboard*:

- Creació de guions orientats a transmetre històries humanes i experiències vivencials.
- Disseny d'un *storyboard* complet amb la planificació seqüenciada de cada escena.
- Selecció de protagonistes reals: viticultors, guies, restauradors i visitants.

3. Planificació i producció audiovisual:

- Localitzacions: paisatges icònics, cellers representatius, activitats enoturístiques i punts d'atractiu de cada ruta.
- Tenir en compte tots els desplaçaments, allotjaments i dietes de tot el personal tècnic, artístic i de client.
- Gestió de tots els permisos de rodatge i taxes o llicències necessàries per dur a terme el rodatge.
- Assegurances de l'equip, transports i elements tècnics que ho necessitin.
- Equip tècnic professional: càmeres 4K, estabilitzadors, drons per a gravacions aèries.
- Producció de:
 - 1 espot principal (30"-45") per campanyes institucionals.
 - 14 càpsules breus (15"-20") optimitzades per xarxes socials (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube):
 - Una càpsula per cada ruta (que sumen un total de 9).
 - Una càpsula general
 - Quatre càpsules per producte temàtic (enogastronomia, familiar, Premium i actiu)
- Integració d'escenes dinàmiques i experiencials: tastos, maridatges, concerts a vinyes, senderisme entre vinyes, etc.

4. Postproducció i adaptació multicanal

- Edició professional: muntatge, color *grading*, so, música i grafismes corporatius.

- Subtitulació multilingüe: català, castellà, francès i anglès per arribar a mercats internacionals.
- Versions específiques per a cada plataforma digital, assegurant l'optimització per al consum ràpid.

5. Distribució i difusió

- Pla de difusió per maximitzar l'impacte de la campanya:
 - Llançament a xarxes socials pròpies i dels agents territorials.
 - Integració en portals turístics i webs institucionals.
 - Campanya segmentada de promoció digital per arribar a nous públics.

No es permetrà l'ús de sistemes de generació de contingut mitjançant intel·ligència artificial per a la creació del contingut relatiu a l'espot audiovisual principal i a les 14 càpsules de vídeo adaptades a xarxes socials. Tanmateix, es podrà fer ús de tecnologies d'IA en processos complementaris com 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 dels permisos, les taxes i/o les llicències que siguin necessàries obtenir per a la filmació dels elements audiovisuals.

4.3.2. Fase 2: Producció de 50 fotografies professionals

Aquesta actuació té com a objectiu crear un banc d'imatges oficial i homogeni de les Rutes del Vi de Catalunya amb 50 fotografies professionals, pensades per promocionar el producte a nivell digital, *offline* i institucional.

4.3.2.1. Contingut detallat

1. Definició d'objectius visuals

- Establir una línia creativa coherent amb l'espot i les càpsules de vídeo.
- Desenvolupar un relat fotogràfic que connecti amb els valors del territori: autenticitat, qualitat, sostenibilitat i experiència.
- Garantir que les fotografies cobreixin tots les rutes del vi.

2. Planificació de les sessions

- Selecció de localitzacions estratègiques: vinyes, cellers, museus, paisatges i espais patrimonials.
- Disseny d'un pla de rodatge fotogràfic per cobrir la diversitat geogràfica i temàtica.
- Definició d'un equilibri entre imatges de producte i experiència.

3. Producció fotogràfica

- Realització de sessions amb fotògrafs especialitzats.
- Tenir en compte tots els desplaçaments, allotjaments i dietes de tot el personal tècnic, artístic i de client.
- Gestió de tots els permisos i taxes o llicències necessàries per dur a terme les sessions.
- Assegurances de l'equip, transports i elements tècnics que ho necessitin.
- Estils d'imatge a treballar:
 - Paisatge: vinyes, mosaics agraris, panoràmiques i patrimoni cultural.
 - Experiència: tastos, visites, moments de convivència i maridatges.
 - Retrat humà: persones que donen vida a les rutes —enòlegs, guies, visitants.
 - Producte: vins, gastronomia local i productes de proximitat.

4. Postproducció i edició

- Retoc d'il·luminació, contrast i colorimetria per aconseguir un estil visual homogeni.
- Generació de versions adaptades per a diferents canals: impressió, web, xarxes socials i dossiers.

5. Creació d'un banc d'imatges digital

- Classificació per tipologies (paisatges, cellers, experiències, producte).
- Inclusió de metadades i etiquetatge per facilitar-ne la consulta.
- Lliurament d'imatges optimitzades per a alta resolució i ús digital.

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 dels permisos, les taxes i/o les llicències que siguin necessàries obtenir per a la obtenció dels elements fotogràfics.

4.3.3. Fase 3: Suport en l'organització d'actes de presentació de campanya per sensibilitzar residents i turistes de proximitat

Aquesta actuació té com a objectiu donar a conèixer la campanya de publicitat i promoció de les Rutes del Vi de Catalunya i sensibilitzar residents i turistes de proximitat sobre la importància del territori, la cultura del vi, el paisatge i la sostenibilitat.

4.3.3.1. Contingut detallat

Es pretén dissenyar i executar dos actes participatius a Barcelona i a Madrid que donin a conèixer la campanya de publicitat i promoció de les Rutes del Vi de Catalunya i impulsin la implicació dels residents i turistes de proximitat.

1. Disseny del programa de la presentació:

- Definició del format dels actes.
- Establiment de missatges clau sobre valors com sostenibilitat, qualitat, paisatge i identitat cultural.
- Identificació dels públics prioritaris: prescriptors del vi, agències de viatge, bloggers, turistes locals....

2. Plantejament tipologies d'activitats previstes:

- Presentació destinació.
- Activitats d'animació: tastos de vins guiats amb sommeliers o enòlegs reconeguts, maridatges amb productes locals (formatges, oli, gastronomia de proximitat), tallers d'aromes i iniciació a la cultura del vi....

3. Coordinació territorial:

- Treball conjunt amb les diferents rutes del vi per definir els calendaris de les presentacions que es realitzaran a Barcelona i Madrid.
- Integració de les rutes dins de l'estratègia de promoció de cada acte.

4. Producció i logística:

- Planificació detallada de cada acte: equips, calendaris, muntatges i permisos.

5. Difusió i promoció:

- Disseny d'una campanya de comunicació per atraure públic:
 - Xarxes socials i *newsletters*.
 - Col·laboració amb mitjans locals i regionals.
 - Implicació d'*influencers* i prescriptors gastronòmics.
- Convocatòria de mitjans: premsa especialitzada, operadors turístics...

6. Seguiment i avaluació:

- Mesura de l'impacte: nombre de participants, perfil de l'assistent i grau de satisfacció.
- Elaboració d'un informe final d'impacte amb conclusions i recomanacions.

5. Data de lliurament

El termini de lliurament per a tots tres lots finalitzarà el 10 de juny de 2026.

Es realitzaran els següents lliuraments parcials:

Per al Lot 1: Estructuració de producte

- Diagnòstic estratègic de competitivitat de les rutes del vi de Catalunya: a les quatre setmanes d'inici del projecte.
- Primera versió maquetada del manual de producte de les rutes del vi de Catalunya a les vuit setmanes d'inici del projecte.

Per al Lot 2: Elaboració de continguts de les Rutes del Vi de Catalunya per tal de poder fer-ne promoció:

- Creació del relat: a les quatre setmanes d'inici del projecte.
- Lliurament de la primera versió del mapa guia a les vuit setmanes d'inici del projecte.
- Elaboració de continguts per crear un apartat de les Rutes del Vi de Catalunya a la pàgina web de www.catalunya.com: a les sis setmanes d'inici del projecte.

Per al Lot 3: Posada en valor de les Rutes del Vi de Catalunya per sensibilitzar residents i turistes.

- Producció de 50 fotos: a les 6 setmanes d'inici del projecte.
- Primera versió del spot publicitari: a les 10 setmanes d'inici del projecte.

Abans del lliurament final de la feina encomanada, l'empresa contractista haurà de realitzar totes les proves que siguin necessàries per garantir una correcta qualitat dels continguts contractats a cada lot. Amb la finalitat de verificar el compliment d'aquest control de qualitat, cada empresa contractista de cada lot facilitarà a l'ACT tot el material de prova necessari segons el lot:

Lot 1 i 2: en format PDF o digital.

Lot 3: tot el material audiovisual generat.

L'empresa contractista haurà de fer totes les modificacions que li siguin requerides per l'ACT, sense cap cost addicional, fins que el resultat del treball encarregat tingui la validació del responsable del contracte.

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

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

- Identificació del grau de competitivitat de les diferents rutes del vi
- Ajudar a les rutes del vi de Catalunya a millorar la seva competitivitat.
- Elaboració d'un relat conjunt de les rutes del vi de Catalunya
- Disseny del material divulgatiu objecte del lot.
- Generació dels materials digitals objectes del lot
- Realització de les actuacions de captació objectes de lot
- Realització de les presentacions de destinació objectes del lot
- Redacció 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.

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

Les empreses contractistes hauran 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'Agència Catalana de Turisme.
- 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. L'empresa contractista aplicarà la metodologia acordada i més adequada per la seva execució.
- c. Presentar informes que recullin els treballs duts a terme per tal d'efectuar el seguiment funcional i tecnològic del contracte (a meitat del termini dels treballs i en finalitzar el contracte).
 - d. Ser responsable de la qualitat tècnica en la prestació del servei.
 - e. El lliurament de resultats al responsable del contracte s'ha de fer amb antelació respecte a la reunió del o dels grups de treball i seguiment de les diferents actuacions i iniciatives.
 - f. 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.
 - g. 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.
 - h. 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.

Les empreses contractistes desenvoluparan les tasques requerides a les seves pròpies oficines, i, quan escaigui, a les instal·lacions de l'ACT. També hauran 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 les empreses contractistes, en relació amb el Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, finançat per la Unió Europea amb Fons Next Generation, han 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/ca/descarregues/departaments-i-imatges-propies/departament-deconomia-i-finances/altres-identificacions/next-generation-catalunya/index.html>

El responsable del contracte indicarà a les empreses contractistes els logotips o informació que sigui necessària en aquest sentit.

- D'altra banda, les empreses contractistes – i també, si s'escau, l'empresa o les empreses subcontractistes –han 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:
 - o NIF del contractista o subcontractistes.
 - o Nom o raó social
 - o Domicili fiscal del contractista i, si s'escau, dels subcontractistes.
 - o 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 del plec de clàusules administratives particulars (PCAP)).
 - o 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).
 - o 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](#)).
 - o 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).

- Les empreses contractistes hauran 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.

8. 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 reconeixin 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](#).

També hauran de seguir les següents directrius de la [Guia de publicacions ambientalment correctes](#):

- El disseny haurà d'ajustar el contingut a un nombre de pàgines òptim segons el format escollit i els formats estandarditzats de la impremta.
- El disseny ha de respectar els protocols d'accessibilitat en línia (WAI, W3C, etc.) i ha d'incentivar la lectura en línia.
- El disseny ha d'evitar l'ús de colors metal·litzats i fluorescents.

Per últim, caldrà donar compliment al [Manual de normativa gràfica d'identificació visual de l'ACT](#).

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:
 - [Enllaç de descàrrega identitat corporativa fons MRR](#).
 - [FAQ relatives a comunicació fons MRR](#) (apartat Principis transversals del MRR > Comunicació i identitat visual).

9. Descripció de mitjans personals

Les empreses contractistes es comprometen a posar tots els mitjans personals i materials que siguin precisos per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar, i a facilitar tota la informació i assistència necessàries per a la utilització dels elements aportats.

Els mitjans personals necessaris per al desenvolupament del projecte per cada lot seran els següents:

9.1. Lot 1

L'empresa contractista posarà a disposició de l'Agència Catalana de Turisme a un equip tècnic format per, com a mínim, dues persones consultores amb els perfils professionals següents:

- Una persona amb el perfil professional de director/a que tingui una experiència mínima en 8 projectes de consultoria especialitzada amb enoturisme durant el període 2019 – 2024.

- Una persona amb el perfil professional de tècnic/a que tingui una experiència mínima en 4 projectes de consultoria especialitzada amb enoturisme i durant el període 2019 – 2024.

Aquesta experiència s'acreditarà amb la presentació dels corresponents *currículum vitae*.

9.2. Lot 2

L'empresa contractista posarà a disposició de l'Agència Catalana de Turisme a un equip tècnic, les funcions del qual seran fer recerca i identificació dels continguts i elaborar la publicació. En concret, caldrà assignar un equip tècnic format per, com a mínim, dues persones consultores amb els perfils professionals següents:

- Una persona redactora de continguts amb coneixement d'enogastronomia que haurà de tenir una experiència mínima de 3 anys en l'elaboració de continguts enogastronòmics.
- Una persona dissenyadora gràfica que haurà de tenir una experiència mínima de 3 anys en disseny gràfic en l'entorn web i digital.

Aquesta experiència s'acreditarà amb la presentació dels corresponents *currículum vitae*.

9.3. Lot 3

L'empresa contractista posarà a disposició de l'Agència Catalana de Turisme a un equip tècnic, les funcions del qual seran fer recerca i identificació dels continguts i elaborar la publicació. En concret, caldrà assignar un equip tècnic format per, com a mínim, tres persones consultores amb els perfils professionals següents:

- Director/a creatiu/va.
- Director/a d'art.
- Director/a de producció.

Cadascun d'aquests perfils ha de tenir una experiència mínima de 7 anys realitzant tasques similars o associades als càrrecs que es demanen. Aquesta experiència s'acreditarà amb la presentació dels corresponents *currículum vitae*.

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

L'òrgan de contractació designarà a una persona responsable del contracte que assumirà el control i la coordinació de l'execució contractual amb les empreses contractistes 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 per les empreses contractistes, aquests canvis hauran de ser comunicats a la persona responsable del contracte i, en tot cas, la respectiva empresa contractista haurà d'acreditar i garantir que es cobreixen tots els àmbits d'expertesa requerits.

Les empreses contractistes assumeixen les responsabilitats inherents a la direcció immediata dels treballs que executin. Cadascuna de les empreses contractistes 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 de consecució del projecte:

- Per l'actuació 1:
 - Nombre de manuals de producte dissenyats.
 - Nombre d'informes de competitivitat de les rutes del vi realitzats.
- Per a l'actuació 2:
 - Nombre de relats generats.
 - Nombre de continguts generats per al portal web catalunya.com.
 - Nombre de mapes d'entourisme a Catalunya dissenyats.
- Per a l'actuació 3:
 - Nombre d'espots publicitaris generats.
 - Nombre de càpsules de vídeo elaborats.
 - Nombre de fotos de les rutes del vi elaborades.
 - Nombre de presentacions de les rutes efectuades.

Damià Serrano i Miracle
Director
Unitat de Màrqueting d'Experiències
Agència Catalana de Turisme