PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGEIXEN LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE PLANIFICACIÓ, GESTIÓ, CREACIÓ DE CONTINGUTS, ACTUALITZACIÓ, DINAMITZACIÓ, MONITORITZACIÓ, SEGUIMENT ANALÍTIC I PROPOSTA DE MILLORA DE CANALS DIGITALS VISITPIRINEUS I SOMGASTRONOMIA.

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. Antecedents

L'Agència Catalana de Turisme compta amb diversos canals digitals per donar impuls a determinats programes que, per la seva idiosincràsia, requereixen una especialització en la forma en què es comunica.

En concret es tracta de la Marca Pirineus de Catalunya a través dels canals "Visit Pirineus" i el Programa de Turisme Enogastronòmic a través dels canals "Som Gastronomia".

Pel que fa a la primera, la revisió de l'Estratègia de la Marca Pirineus de Catalunya (2025), emmarcada dins la tasca del programa Pirineus, definida a través del conveni de col·laboració entre L'Agència Catalana de Turisme, la Diputació de Barcelona, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona, S.A., el Patronat Intercomarcal de Turisme "Terres de Lleida", el Conselh Generau d'Aran, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, i l'Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (IDAPA), per a la Promoció del Pirineu Català, vigent fins 31 de desembre de 2027, estableix com a visió consolidar els Pirineus de Catalunya com una destinació de muntanya de referència al sud d'Europa, reconeguda per la seva identitat, autenticitat, sostenibilitat i diversitat d'experiències durant tot l'any. Així mateix, la missió de la marca és impulsar una destinació integral de turisme sostenible i conscient, basada en la natura, la cultura, la gastronomia, l'activitat a l'aire lliure i la valorització del patrimoni territorial, promovent alhora la desestacionalització de la demanda i un desenvolupament equilibrat del territori.

L'estratègia defineix com a objectius prioritaris reforçar la marca Pirineus de Catalunya com a marca paraigua internacional, incrementar la seva visibilitat als mercats estratègics, millorar la comunicació i les campanyes digitals, consolidar un model de governança col·laborativa entre els diferents socis del Programa Pirineus i potenciar la promoció dels productes prioritaris associats a l'actiu-natura, la cultura, l'enogastronomia i la neu. També identifica la necessitat d'incrementar la competitivitat dels canals propis de la marca, reforçar la presència digital, desenvolupar un pla de comunicació conjunt i impulsar accions de publicitat digital segmentada, xarxes socials, creació de continguts i visibilització de l'oferta turística dels Pirineus de Catalunya.

En aquest context, els canals digitals propis de la marca —especialment el portal www.visitpirineus.com i els perfils oficials a les xarxes socials— esdevenen una eina estratègica per desplegar els objectius definits en l'Estratègia de Marca Pirineus de Catalunya 2025, garantint una comunicació coherent, continuada i alineada amb el posicionament desitjat de la destinació com a referent europeu en turisme responsable, sostenible i experiencial. Per aquest motiu resulta necessari disposar d'un servei especialitzat de gestió dels canals digitals que garanteixi l'execució de l'estratègia de continguts, la dinamització de les comunitats digitals, la monitorització de resultats i la projecció de la marca als mercats prioritaris definits pel Programa Pirineus.

En segon lloc, els canals digitals Som Gastronomia es va crear el 2016 quan Catalunya va obtenir el títol de Regió Europea de la Gastronomia. Aquest reconeixement va ser impulsat

conjuntament per dos departaments de la Generalitat de Catalunya: Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació i Empresa i Treball a través de l'Agència Catalana de Turisme.

Els canals estan des d'un inici enfocats a donar a conèixer propostes enogastronòmiques adreçades a la ciutadania i als sector agroalimentari i del turisme enogastronòmic de Catalunya.

Aquestes xarxes s'han anat mantenint fins que el 2025, en el marc de Catalunya, Regió Mundial de la Gastronomia, s'han consolidat amb nous continguts que les han reforçat, i aquesta nova estratègia ha continuat durant el 2026, de la mà dels dos departaments de la Generalitat de Catalunya anteriorment esmentats.

Els perfils Som Gastronomia són els següents:

- Instagram – Som Gastronomia
  Canal especialment orientat a contingut visual, experiències gastronòmiques, activitats, cuiners, producte i territori.
- Facebook – Som Gastronomia
  Utilitzat per difusió d'activitats, notícies i continguts del projecte.
- X / Twitter – Som Gastronomia
  Canal més orientat a actualitat, comunicació institucional i amplificació de continguts.

Des de 2026 la Generalitat de Catalunya gestiona la marca Cuina Catalana, iniciativa que posa en valor la cuina tradicional i contemporània de Catalunya. Promou els productes, plats i receptes que formen part del patrimoni gastronòmic català. El seu objectiu és preservar, promocionar i projectar la gastronomia catalana com a patrimoni cultural i atractiu turístic. Els canals Som Gastronomia han de difondre la cuina catalana.

Es requereix d'un servei especialitzat en la gestió dels canals digitals (Facebook, Instagram i X) que garanteixi l'execució d'una estratègia de continguts, la dinamització de les comunitats digitals, la monitorització de resultats i la projecció de la marca Cuina Catalana al públic català (sector enogastronòmic i ciutadania).

2. Objecte del contracte

L'objecte del contracte és la contractació dels serveis de planificació, gestió, creació de continguts, actualització, dinamització, monitorització, seguiment analític i proposta de millora de canals digitals.

Aquesta licitació es divideix en dos lots:

- Lot 1: canals digitals de la marca Pirineus de Catalunya, integrats pel portal www.visitpirineus.com i pels perfils oficials de la marca a xarxes socials.
- Lot 2: canals digitals del Programa de turisme Enogastronòmic, integrat pels perfils oficials Som Gastronomia a xarxes socials.

3. Obligacions de l'empresa contractista

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

3.1. Obligacions comunes per al Lot 1 i Lot 2 de l'empresa contractista

L'empresa contractista haurà de:

- Gestionar els comptes facilitats per l'Agència Catalana de Turisme segons obligacions del lot corresponent.
- Garantir la correcta actualització dels continguts.
- Vetllar per la imatge institucional de Catalunya.
- Aplicar protocols de comunicació respectuosa i de gestió de crisis.
- Monitoritzar Internet i detectar alertes de reputació.
- Respectar la normativa respecte els drets de propietat intel·lectual i industrial.
- Respectar la normativa sobre els drets d'imatge de terceres persones.
- Seguir les directrius de la persona responsable del contracte.

3.2. Obligacions de l'empresa contractista del Lot 1: canals digitals de la marca Pirineus de Catalunya, integrats pel portal www.visitpirineus.com i pels perfils oficials de la marca a xarxes socials.

Objectius del servei per al lot 1:

- Reforçar la marca Pirineus de Catalunya com a marca paraigua internacional.
- Incrementar la notorietat digital de la destinació.
- Millorar la visibilitat dels productes turístics prioritaris.
- Afavorir la desestacionalització de la demanda.
- Potenciar el posicionament dels Pirineus com a destinació sostenible.
- Incrementar el trànsit als canals propis.
- Generar comunitat digital i engagement.
- Donar suport als mercats prioritaris definits pel Programa Pirineus (França, Regne Unit, Alemanya, Benelux i Espanya).

3.2.1 Gestió del web visitpirineus.com

L'empresa contractista haurà de:

- **Revisar de forma permanent els continguts del web per detectar informació obsoleta, errors o continguts pendents d'actualització**:
  - Revisió trimestral integral dels continguts.
  - Identificació de continguts obsolets.
  - Detecció d'enllaços trencats.
  - Revisió SEO.

- **Proposar, redactar i publicar nous continguts textuals i multimèdia**:
  - Redacció de nous continguts.
  - Adaptació dels continguts existents.
  - Actualització dels continguts.
  - Incorporació de continguts facilitats pels socis del Programa Pirineus.
  - Idiomes:
    - Com a mínim: català, castellà, anglès
    - Eventualment: francès, alemany i holandès quan les necessitats de promoció internacional ho requereixin.
- Realitzar les actualitzacions de textos, imatges i vídeos necessàries.
- Elaborar fins a quatre càpsules de vídeo quan sigui necessari amb materials facilitats per l'Agència Catalana de Turisme.
- Formular propostes de millora de l'arquitectura de continguts i de l'experiència d'usuari.
- Atendre les necessitats d'actualització del web en un termini màxim de:

- Actualitzacions ordinàries: màxim 72 hores.
- Actualitzacions urgents: màxim 24 hores.

- Elaborar informes mensuals d'analítica web amb indicadors de rendiment i ús de la plataforma. Amb paràmetres d'analítica digital com:

  - KPIs mínims
  - Web
  - Sessions.
  - Usuaris.
  - Usuaris nous.
  - Temps de permanència.
  - Fonts de trànsit.
  - Pàgines més visitades.
  - Conversió cap a continguts prioritaris.

3.2.2. Gestió de les xarxes socials

L'empresa contractista haurà de:

- Publicar un mínim de
  - 1 posts, 2 stories setmanals a Instagram.
  - 1 posts setmanals a Facebook.
  - 5 Stories associades setmanalment.
  - 1 post setmanal a Tik Tok.
  - Actualització periòdica de YouTube.
  - Publicacions a Linkedin quan sigui necessari, seguint les indicacions de les persones assignades per ACT, com a mínim 1 mensual.
- Elaborar continguts en català, castellà i anglès segons:
  - **Continguts textuals**
    - Textos per xarxes socials.
    - Continguts SEO.
  - **Continguts audiovisuals**
    - Vídeos curts (mínim 2 anuals)
    - Reels (mínim 5 durant l'execució del contracte)
    - Adaptacions per xarxes socials (mínim de 6 tenint en compte que s'esmenta un mínim de 3 vídeos curts anuals i cadascun necessita adaptar-se a diferents formats segons la xxss on serà publicat)

  Aquest contingut pot ser editat amb contingut proporcionat per ACT i/o procedent d'algun dels socis de la marca Pirineus o amb contingut propi. El resultat sempre haurà de ser validat per ACT abans de ser publicat

- Accedir i gestionar banc de continguts proporcionats per l'Agència Catalana de Turisme en referència als serveis a desenvolupar descrits en aquests PPT. Adaptar els continguts a les característiques pròpies de cada xarxa social.

- Elaborar i presentar calendaris segons:
  - Pla editorial trimestral.
  - Calendari mensual.

    - Proposta quinzenal de continguts.
- Gestionar la publicació dels continguts aprovats.

- Gestionar la comunitat, donant resposta als comentaris, missatges directes, gestionar consultes i escalar incidències Amb temps de resposta màxims
    - Comentaris: 24 hores.
    - Missatges directes: 24 hores.
    - Alertes reputacionals: immediatament.

- Realitzar tasques de monitorització, dinamització i anàlisi de la comunitat digital referent a:

    - Marca Pirineus de Catalunya.
    - Productes prioritaris.
    - Campanyes actives.

    - I en concret:Detectar crisis de reputació.
    - Detectar oportunitats de comunicació.
    - Elaborar informes d'escolta activa.
    - Fomentar:
        - Reach.
        - Impressions.
        - Engagement.
        - Creixement de comunitat.
        - Reproduccions de vídeo.
        - CTR.

- Interaccions. Elaborar informes de seguiment i resultats:
    - **Informe quinzenal**
        - Activitat desenvolupada.
        - Publicacions realitzades.
        - Resultats.
        - Incidències
    - **Informe mensual**
        - KPIs.
        - Comparatives.
        - Recomanacions.
    - **Informe anual**
        - Resultats globals.
        - Evolució dels objectius.
        - Recomanacions estratègiques.

3.3. Obligacions Lot 2: canals digitals del Programa de turisme Enogastronòmic, integrat pels perfils oficials Som Gastronomia a xarxes socials.

3.2.2. Gestió de les xarxes socials

Objectius:

- Reforçar les xarxes socials Som Gastronomia com a canal digital de referència per a la difusió de continguts d'experiència enogastronòmica a Catalunya.
- Incrementar la notorietat digital de Catalunya com a destinació enogastronòmica entre la ciutadania.
- Donar a conèixer els esdeveniments enogastronòmics que se celebren arreu del territori català.
- Difondre la cuina catalana per generar un sentiment de pertinença tant entre el sector enogastronòmic com entre la ciutadania catalana.
- Afavorir la desestacionalització a través del consum d'experiències enogastronòmiques posant en valor els esdeveniments lligats a productes de temporada.
- Incrementar el trànsit als canals propis.
- Generar comunitat digital i engagement.

L'empresa adjudicatària haurà de:

- Publicar un mínim de
    - 2 posts, 3 stories setmanals a Instagram.
    - 1-2 posts setmanals a Facebook.
    - 5 Stories associades setmanalment, segons activitat.
    - 2-3 piulades setmanals a X.

- Elaborar continguts en català:
    - **Continguts textuals**
        - Textos per xarxes socials.
        - Disseny gràfic necessari
    - **Continguts audiovisuals**
        - Vídeos curts (mínim 2 mensuals)
        - Reels (mínim 15 durant l'execució del contracte)
        - Adaptacions per xarxes socials (mínim de 50 tenint en compte que s'esmenta un mínim de 3 vídeos curts anuals i cadascun necessita adaptar-se a diferents formats segons la xxss on serà publicat)

    Aquest contingut pot ser editat amb contingut proporcionat per ACT i/o procedent del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació o altres entitats o amb contingut propi. El resultat sempre haurà de ser validat per ACT abans de ser publicat.

- Accedir i gestionar banc de continguts proporcionats per l'Agència Catalana de Turisme i el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació en referència als serveis a desenvolupar descrits en aquests PPT. Adaptar els continguts a les característiques pròpies de cada xarxa social.

- Elaborar i presentar calendaris segons:
    - Pla editorial trimestral.
    - Calendari mensual.
- Gestionar la publicació dels continguts aprovats.

- Cobrir un mínim de 12 esdeveniments enogastronòmics arreu de Catalunya, amb vídeo i fotografia. La selecció es realitzarà de manera consensuada amb l'ACT i el DARPA.

- Gestionar la comunitat, donant resposta als comentaris, missatges directes, gestionar consultes i escalar incidències Amb temps de resposta màxims:
    - Comentaris: 24 hores.
    - Missatges directes: 24 hores.
    - Alertes reputacionals: immediatament.

- Realitzar tasques de monitorització, dinamització i anàlisi de la comunitat digital referent a:
    - Marca Cuina Catalana.
    - Productes prioritaris.
    - Campanyes actives.

- L'empresa haurà de:

    - Detectar crisis de reputació.
    - Detectar oportunitats de comunicació.
    - Elaborar informes d'escolta activa.
    - Fomentar:
        - Reach.
        - Impressions.
        - Engagement.
        - Creixement de comunitat.
        - Reproduccions de vídeo.
        - CTR.

    Elaborar informes anual de seguiment i resultats:
        - Activitat desenvolupada.
        - Publicacions realitzades.
        - Resultats.
        - Incidències.
        - KPIs.
        - Comparatives.
        - Recomanacions.
        - Resultats globals.
        - Evolució dels objectius.
        - Recomanacions estratègiques.

4. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació

L'empresa contractista haurà de:
- Lliurar els documents detallats al punt 4.c) d'aquest document en els terminis establerts.
- Assegurar la qualitat del servei.
- Coordinar-se amb la persona responsable del contracte per a un seguiment continuat del desenvolupament del programa.

5. Descripció de mitjans tècnics i personals

L'empresa contractista disposarà dels suficients mitjans tècnics i personals per a desenvolupar les tasques objecte d'aquest contracte. En concret, disposarà dels següents:

Mitjans tècnics i personals Lot 1: canals digitals de la marca Pirineus de Catalunya, integrats pel portal www.visitpirineus.com i pels perfils oficials de la marca a xarxes socials.

En concret, i respecte als mitjans personals, l'empresa contractista haurà d'assignar un equip tècnic format per, com a mínim, dues persones amb els perfils professionals següents:

a) **Un/a Director/a de projecte amb una dedicació d'un 8%**. Haurà de complir els requisits mínims següents:
   - Titulació universitària de grau/llicenciatura o titulació superior equivalent homologada a l'Estat espanyol.
   - Experiència mínima de 5 anys en màrqueting digital.

b) **Un/a Community Manager / Social Media Manager amb una dedicació d'un 80%**. **.** Haurà de complir els requisits mínims següents**:**
   - Formació en gestió de xarxes socials, ja siguin formacions o cursos específics o alguna titulació universitària sobre la qual el programa d'estudi pugui acreditar contingut específic en formació de canals digitals.
   - 3 anys d'experiència acreditada en gestió de canals digitals vinculats a destinacions turístiques o marques institucionals.

   El director/a de projecte i/o Community manager hauran de disposar de coneixements en referència a:

   - Posicionament SEO.
   - Creació de continguts digitals
   - Gestió web.
   - Analítica digital.

L'empresa contractista acreditarà l'experiència i formació d'aquest perfil mitjançant la presentació del seu currículum vitae signat i la còpia del títol o dels certificats formatius corresponents. Així mateix, també caldrà aportar una relació dels principals serveis o treballs realitzats en els darrers 5 anys pel perfil de Director/a de projecte els darrers 3 anys en el cas del perfil de Community Manager/ Social Media Manager vinculats a funcions similars, amb indicació de les dates i del destinatari, d'acord amb el model de declaració adjunta.

Els perfils de l'equip adscrit a l'execució del contracte hauran de complir el següent requisit mínim del nivell d'idiomes:

- Competència lingüística: atès que els idiomes vehiculars del projecte són el català i l'anglès, es requereix l'acreditació de com a mínim el nivell B2 de català i del nivell B2 d'anglès segons el Marc europeu comú de referència per a les llengües -MECR.

Mitjans personals Lot 2: canals digitals del Programa de turisme Enogastronòmic, integrat pels perfils oficials Som Gastronomia a xarxes socials.

a) Un Community Manager / Social Media Manager amb una dedicació d'un 80%. Haurà de complir els requisits mínims següents**:**
   - Formació en gestió de xarxes socials, ja siguin formacions o cursos específics o alguna titulació universitària sobre la qual el programa d'estudi pugui acreditar contingut específic en formació de canals digitals.
   - 3 anys d'experiència acreditada en gestió de canals de continguts enogastronòmics de destinacions.

Haurà de disposar de coneixements en referència a:

- Posicionament SEO.
- Creació de continguts digitals
- Gestió web.
- Analítica digital.

b) Un/a Tècnic/a de Continguts audiovisuals amb una dedicació d'un 10%. Haurà de complir els requisits mínims següents:

- 3 anys d'experiència acreditada en els àmbits de creació de continguts digitals: fotografia i enregistrament audiovisual i edició i postproducció de vídeo i imatge.

L'empresa contractista acreditarà l'experiència i formació d'aquest perfil mitjançant la presentació del seu currículum vitae signat i la còpia del títol o dels certificats formatius corresponents. Així mateix, també caldrà aportar una relació dels principals serveis o treballs realitzats en els darrers 3 anys vinculats a funcions similars, amb indicació de les dates i del destinatari, d'acord amb el model de declaració adjunta.

Els perfils de l'equip adscrit a l'execució del contracte hauran de complir el següent requisit mínim del nivell d'idiomes:

- Competència lingüística: atès que l'idioma vehicular del projecte és el català es requereix l'acreditació de com a mínim el nivell B2 de català segons el Marc europeu comú de referència per a les llengües -MECR.

5.1. Mitjans tècnics:

L'empresa haurà de disposar dels equips i programaris necessaris:

- Suite de gestió de xarxes socials.
- Eina d'analítica web (només per al lot 1)
- Gestor de projectes.

6. Seguiment i control de l'execució del contracte

L'òrgan de contractació designarà una persona responsable del contracte que assumirà el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista haurà de designar una persona responsable a qui encarregar la gestió de l'execució del contracte i que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, tractant directament 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 mensual 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 gasolina).