PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA CON MOTIVO DE LA FERIA ITB 2020.

Expediente: C101-06JM-0120-0008.

Título: PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA CON MOTIVO DE LA FERIA ITB 2020

Código CPV: 79341000

PRIMERA.-OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del presente pliego es la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA CON MOTIVO DE ITB 2020, de conformidad con lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Se pretende asentar el destino Andalucía como líder indiscutible del turismo nacional promocionando la Feria Internacional del Turismo ITB 2020.

SEGUNDA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.

La campaña objeto del presente concurso consiste en la compra de espacios publicitarios para la promoción turística del destino Andalucía en:

- **Prensa generalista digital e impresa**
- **Radio**

Todos los soportes contratados tendrán que tener preferentemente presencia física durante la feria o realizar el desarrollo de los programas desde la misma.

Estos espacios se hallarán enmarcados en acciones especiales desarrolladas por los medios de comunicación con motivo de la Feria Internacional del Turismo de Berlín “ITB” 2020

La creatividad y producción de todos los elementos publicitarios convencionales correrán a cargo de Turismo y Deporte de Andalucía de acuerdo con la imagen de las campañas en vigor. El desarrollo de piezas no convencionales (contenidos, maquetación, etc..) será llevado a cabo por los medios contratados y sólo será emitido o publicado previa autorización de Turismo y Deporte de Andalucía.

Los envíos y transportes de materiales correrán a cargo de las empresas adjudicatarias.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por Turismo y Deporte de Andalucía cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el cumplimiento de los objetivos previstos con esta acción.

TERCERA.- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

A.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

- Andalucía

B.- PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

- Del 28 de febrero al 7 de marzo de 2020

C.- PÚBLICO OBJETIVO

- Personas residentes en Andalucía con capacidad para realizar desplazamientos turísticos.
- Personas interesadas en las actividades turísticas desarrolladas por Andalucía durante la Feria.
- Potenciales visitantes del recinto Messe Berlín.

D.- PLAN DE MEDIOS

PRENSA GENERALISTA PAPEL / DIGITAL

Selección de soportes: Prensa generalista de Andalucía.

Para todos ellos sus versiones digitales tanto en dispositivos móviles como en desktop, IP Andalucía

Formato impreso: Redaccional + Publicidad color
Formato Digital /Web: Roba 300 X600 /Otros..
Posicionamiento impresos: Sección viajes
Posicionamiento digital: Home page, primer scroll
Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días junto con número de inserciones en cada cabecera.
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta a nivel autonómico desglosados por acciones.
- Impresiones previstas con la planificación digital desglosada por dispositivos/ web/

- Impresiónes totales previstas con la campaña digital.
- Contactos netos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación total impresa
- Inversión realizada por cabecera y medio (Impreso/ Digital)

RADIO

- Cadenas nacionales con emisión regional
- Emisoras de Andalucía con cobertura regional.

Selección de soportes: Programas líderes de audiencia.
Posicionamiento: Programa/s de contenido turístico
Formato: Contenidos + Cuña 30"
Datos cuantitativos a presentar:

- Calendario u óptico que refleje los días junto con número de inserciones en cada emisora
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta a nivel autonómico 30" desglosados por acciones y cadenas.
- Inversión realizada por emisora y programa
- Contactos netos obtenidos con la planificación
- Contactos, cobertura y OTS obtenidos con la planificación.

E.- PRESUPUESTO 2020

Presupuesto total: 118.500 euros iva incluido

- Prensa generalista impresa : 70.000 euros IVA incluido
- Prensa generalista digital: 15.000 euros IVA incluido
- Radio: 33.500 euros IVA incluido

F.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La agencia ganadora deberá presentar informes de seguimiento con el fin de garantizar que los objetivos iniciales se están cumpliendo así como un informe final donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos han sido cumplidos.

Málaga 27 de enero de 2020.