



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, DE LOS SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN, COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ACCIÓN DE MARKETING DIRIGIDA A PÚBLICO FINAL CON LA CAMPAÑA "SEVILLA ... TAMBIÉN" EN FRANCIA - LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06CV-0724-0067

Título: SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN, COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA ACCIÓN DE MARKETING DIRIGIDA A PÚBLICO FINAL CON LA CAMPAÑA "SEVILLA ... TAMBIÉN" EN FRANCIA.

Código CPV: 79952000-2

Tras el análisis de las tendencias del mercado francés, se puede determinar que cada vez es mayor la tendencia del público final, especialmente en estos últimos años, a la organización de sus viajes mediante sus propios medios, dejando a las agencias para trámites concretos y no como influyentes a la hora de la selección del destino.

El objetivo de esta acción, bajo el claim "SEVILLA ... TAMBIÉN", es incrementar la notoriedad y generar el deseo de visitar Sevilla por parte de este público final, teniendo en cuenta, además, que son destinos con vuelos directos a la capital andaluza y que la provincia puede constituirse como un complemento perfecto para la visita.

PRIMERA – OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es la contratación, por procedimiento abierto, de la presentación 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 la ORGANIZACIÓN, EJECUCIÓN Y COORDINACIÓN DE LA CAMPAÑA "**SEVILLA ... TAMBIÉN**" PARA EL MERCADO FRANCÉS, incluyendo el alquiler de los espacios públicos o privados, diseño, equipamiento, decoración, transporte, ejecución material, montaje, mantenimiento, dinamización y desmontaje, de conformidad con lo establecido en el presente pliego.

La empresa adjudicataria deberá gestionar los espacios y permisos de ubicación de la acción, los cuales deben de ser en zona de mucho tránsito, céntrica y de fácil acceso para el público. Todas las gestiones incluirán reserva, contratación y cualquier tipo de gasto asociado a la disponibilidad del espacio en el calendario.

SEGUNDA – ACCIÓN PÚBLICO FINAL

Se trata de una acción de marketing turístico de la provincia de Sevilla, dirigida al público/consumidor final de las ciudades de **PARIS, TOULOUSE Y NANTES**.

La empresa adjudicataria propondrá 3 espacios posibles en cada una de las ciudades, los cuales serán seleccionados por parte de Turismo y Deporte de Andalucía.



La puesta en escena de esta acción promocional se materializará en un espacio abierto, con todos los recursos materiales, visuales, dinamizadores y lúdicos que generen un interés en el público, para poder ofrecer e informar sobre el destino provincia de Sevilla.

El espacio deberá estar preparado para acoger distintas empresas sevillanas y un espacio central donde poder hacer presentaciones.

Deberá ser una presentación atractiva, diferente, elegante, original y visual que atraiga la atención del cliente.

Se desarrollará la acción, siempre aludiendo al mensaje "**SEVILLA ... TAMBIÉN**" y todas la infraestructuras y dinimizaciones de ésta se realizarán en torno a este claim.

Contenido de la acción/espacio expositivo:

1. Área informativa tematizada y creada siguiendo criterios del mensaje "la provincia de Sevilla con los cinco sentidos"; este espacio se aprovechará para mostrar imágenes y videos del destino provincia de Sevilla.
2. Todas las creatividades de la acción deben ceñirse al manual de identidad corporativa de Turismo y Deporte de Andalucía.
3. El espacio contará con personal asistente para las distintas temáticas, donde a través de actividades dinámicas y participativas, usando tanto las nuevas tecnologías de la información como animación clásica, el visitante sienta el deseo de viajar a la provincia de Sevilla.
4. El claim de la acción "**SEVILLA ... TAMBIÉN**", deberá de ser el elemento central de las dinimizaciones, así como de las creatividades e infraestructuras. La provincia de Sevilla presenta tantas riquezas y es tan diversa que la originalidad en la promoción y el concepto de complementariedad de la capital debe hacerse mediante distintos recursos y segmentos turísticos, generando un nuevo interés en el visitante por acercarse y conocer toda la oferta.
5. **Se transmitirá el concepto de diversidad a través de 6 perfiles diferentes.** Estos serán la estructuración de la diversa oferta turística de la provincia de Sevilla y de la amplia variedad de personas que pueden sentirse atraídas por ella. *SEVILLA TAMBIÉN ES...*
 - **NATURAL**
 - **ACTIVA**
 - **SOSTENIBLE**
 - **RURAL**
 - **SABROSA**
 - **TRADICIONAL**

La gastronomía, la naturaleza, el patrimonio, el turismo activo, las fiestas, la religiosidad popular, la cultura, el ocio, el deporte, medio ambiente, etc... hacen posible que la provincia de Sevilla sea algo más que la oferta de la capital.

6. Se proveerá a la empresa adjudicataria de vídeos de esta campaña definidos por perfiles, así como genéricos.
7. La acción deberá estar perfectamente definida en la oferta, detallando las infraestructuras que se utilizarán, descripción de las dinámicas y formato de estas.
8. Medios técnicos y audiovisuales necesarios para el desarrollo de la acción.



TERCERA – CALENDARIO Y HORARIOS

Las acciones promocionales se realizarán en sábado y domingo (un fin de semana para cada una de las ciudades), en horario de 11:00-14:00 y 16:00-21:00 horas

Fechas previstas: París 05-06/10/24, Toulouse 12-13/10/24, Nantes 19-20/10/24

Las fechas de celebración establecidas son previstas, pudiendo ser modificadas si así se cree conveniente por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, así como los horarios recogidos anteriormente, sin coste para esta empresa pública.

CUARTA – MANTENIMIENTO Y EQUIPO DE TRABAJO

La empresa adjudicataria dispondrá de personal necesario para la óptima prestación de los servicios descritos anteriormente.

- Personal técnico para montaje, desmontaje y mantenimiento durante la acción, habiendo al menos 1 responsable global.
- Dinamizadores durante el desarrollo de la acción en cada una de las localizaciones.
- Personal de atención turística al visitante.
- Coordinador único de interlocución con Turismo y Deporte de Andalucía.
- Personal de limpieza.

Málaga, a 5 de agosto de 2024