



Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació dels serveis de secretaria tècnica de suport als Mercats de Països de l'Est, del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, mitjançant procediment obert, simplificat, amb una pluralitat de criteris d'adjudicació i amb caràcter d'urgència.



1.- Antecedents

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona (en endavant PTCBG) en base a les directrius del Pla Estratègic de les Comarques de Girona i al seu Pla d'actuacions 2016, contempla la segmentació per productes i mercats, així com les principals eines de promoció i comunicació dels productes i serveis turístics en els principals mercats emissors.

En termes de segmentació de mercats s'han establert 3 tipus de mercats:

Mercats estrella:

Són aquells mercats que esdevenen essencials en les accions promocionals del PTCBG i on es centren els esforços, de recursos humans i econòmics, més importants, per la seva rellevància estratègica per a la destinació.

- França
- Regne Unit
- Alemanya

Mercats prioritaris

Són aquells que ofereixen oportunitats de negoci importants, ja sigui per les oportunitats de creixement, per interès estratègic o per la demanda efectiva de productes i serveis que tenen similituds als oferts per la nostra destinació.

- Països nòrdics
- Catalunya
- Països Baixos
- Itàlia
- Israel
- País Basc
- Madrid
- Estats Units
- Països de l'Est

Mercats valuosos

Són aquells mercats que, pel seu potencial, mereixen atenció per aprofitar les oportunitats d'actuació, segons el producte i segment de mercat,

- Països de l'Est
- Resta de l'estat espanyol
- Àustria
- Suïssa
- Irlanda
- Xina

Cal fer esment, que d'acord amb indicacions del Comissió Assessora del President i Consell d'Administració del Patronat, i degut a la conjuntura actual de la situació geopolítica amb els mercats de l'Est, s'ha passat aquest mercat a prioritari i a fer un esforç contundent per adquirir quota de mercat.

Objectius



Els objectius principals del PTCBG per aquest any 2016 establerts en el seu Pla d'Accions 2016:

- Rejuveniment de la marca Costa Brava, que millori la seva tendència dins el cicle de vida de la pròpia marca
- Increment de la notorietat de la marca Pirineu de Girona.

Principals públics objectius

El PTCBG ha establert els principals públic objectius a qui adreçar les seves accions promocionals de màrqueting i comunicació. Aquests són:

- Públic final potencial del principals mercats emissors
- Operació i intermediació, agents de viatges i operadors turístics
- Turistes i viatgers al nostre territori, i oficines de turisme i ens comarcals.
- Mitjans de comunicació, online i offline
- Prescriptors i ambaixadors.

Amb l'objectiu de desenvolupar producte i oferir als operadors nous ingredients en els seus programes turístics, a l'hora que donar-los a conèixer, el PTCBG va considerar anomenar el 2016, l'any de l'enogastronomia i el golf.

També va determinar dins el seu Pla d'actuacions com una actuació referent el desenvolupament del nou club específic de turisme esportiu.

D'aquesta manera, per a la creació de marca, cal incidir especialment en el mitjans de comunicació i prescriptor on-line i offline. Cal remarcar, que el PTCBG ha estat pioner, i lidera en la innovació en accions de comunicació on-line, aconseguint uns resultats excepcionals en els darrers anys per la destinació.

Segmentació de productes

Tal i com va venir establert en el primer Pla Estratègic de Desenvolupament de Turisme Sostenible de les comarques de Girona, i a fi d'ajudar a estructurar l'oferta, a promocionar i gestionar de la millor manera els producte més rellevant i amb més demanda a la Costa Brava i el Pirineu de Girona , s'han establert els clubs de Màrqueting de producte.

Actualment hi ha 9 clubs de producte que inclouen més de 700 empreses i institucions associades a aquests. Durant el 2016, el PTCBG preveu la creació del nou club de producte de Turisme Esportiu.

En aquest moments hi ha els següents clubs:

- Golf
- Salut i Bellesa
- Natura i Turisme Actiu
- Enogastronomia
- Ruta del Vi
- Turisme de Negocis (Costa Brava Girona Convention Bureau)
- Cultura i Identitat
- Unique Premium
- Turisme de Creuers



També hi ha altre productes, que no tenen estructura de club i que el PTCBG en funció del creixement de la demanda i l'estructuració de l'oferta poden evolucionar cap aquest format.

- Turisme de sol i platja
- Sèniors
- Turisme familiar
- Citybreaks
- Turisme accessible i inclusiu
- Turisme esportiu

2.- Objecte

L'objecte de la licitació és la contractació d'una secretaria tècnica (en endavant ST) que s'encarreguin de l'assessorament, el desenvolupament i l'execució del Pla d'Accions i objectius fixats pels mercats emissors de Països de l'Est, d'acord amb el Pla d'Accions 2017 de PTCBG.

Cada empresa licitadora posarà a disposició del PTCBG un perfil tècnic en qualitat de director de projecte, les funcions del qual seran assistir a cada responsable intern del projecte tant en la gestió tècnica i executiva com en el desenvolupament de les accions d'acord amb les expectatives en qualitat, abast i terminis.

3.- Característiques Tècniques del projecte

Les funcions i requeriments de la ST seran les següents:

Idiomes: Rus, anglès, català, castellà

Coneixements requerits:

- Coneixedora dels mercats d'Europa de l'Est, operadors i tipologia i hàbits de viatge d'aquest mercat.

Qüestions Tècniques:

- **Assistència a fires turístiques** als mercats de l'Est. Les fires mínimes que s'haurà d'assistir seran:
 - MITT de Moscou (Rússia)
 - UIT – Kiev (Ucraïna)
 - AITF –Bakú (Azerbaidjan)
 - KITF – Almaty (Kazakhstan)
- **Preparació prèvia per les fires:** contractació logística del viatge (vols, hotel, transfers, visats), inscripció als catàlegs, textos descriptius pels catàleg de la fira, convocatòria enviament material institucions, agendació/convocatòria de les reunions amb els principals tour operadors
- **Seguiment posterior** de les fires, contactes realitzats, i realització informe tècnic.
- **Participació a roadshows** amb presentació del destí Costa Brava per les ciutats importants de Rússia (segons les preferències del TO i normalment entre 3 i 4 ciutats) amb convocatòria dels principals directius i venedors d'AAVV. Es realitzen 3 roadshows mínim per any.
- Actualització Base de de dades d'operadors turístics
- **Captació de nous TTOO**



- **Participació a Workshops** a mercats emissors, a origen i inversos.
- Elaboració del **programa** i gestió de les reserves i acompanyament-guiatge per viatges de **familiarització (FT) i viatges de premsa (PT) i Congressos específics (Congrés de TTOO)** i el seu seguiment posterior
- Supervisió dels **resultats dels press trips** (articles posteriors) i **fam-trips**
- **Elaborar presentació del destí Costa Brava** en rus juntament amb tota la seva oferta de producte turístic segons necessitat del mercat
- Supervisió/suport de les traduccions dels textos per **publireportatges i dossier de premsa**.
- **Reunions amb les AAVV receptives de Costa Brava i valoració i seguiment** dels operadors dels mercats de l'Est per tal de preveure les temporades/novetats/necessitats.
- **Accions de comarketing amb els diferents operadors / Campanyes promocionals on-line**, selecció/elaboració dels continguts en rus.
- Seguiment dels mitjans en rus (Revistes russes, altres)
- Revisió i supervisió web pròpia del Patronat per mercat rus, i actualització del seu contingut.
- Suport a qualsevol club de màrqueting quan hi ha la demanda des del mercat rus.
- **Elaboració del pla d'Actuacions de cada exercici.**

4.- Obligacions dels adjudicataris

1. Assignar un equip tècnic amb la dedicació necessària per tal de garantir el bon desenvolupament de les tasques, exposades en el punt 3.
2. La ST s'assignarà un interlocutor.
3. L'adjudicatari haurà d'estar disponibles per reunions internes amb el PTCBG o amb personal extern, un mínim de 2 dies setmanals, en funció de les necessitats que vagi marcant del Pla d'accions del PTCBG.
4. La ST es farà càrrec de les despeses ordinàries de desplaçament, manutenció, allotjament i resta de despeses derivades de la seva assistència a reunions, jornades, presentacions i accions de representació institucional o presentacions que es realitzin a Catalunya. Aniran càrrec del PTCBG aquelles despeses derivades de desplaçaments fora del territori català, sempre i quan no s'especifiqui d'altra manera en l'apartat tercer de característiques tècniques. El PTCBG assumirà les despeses de fam trips i presstrips de desplaçament, allotjament i manutenció establerts dins el propi programa fixat i acordat pel PTCBG.
5. L'adjudicatari haurà de realitzar una memòria descriptiva de les accions realitzades en la qual s'especifiquin els resultat obtinguts. En aquesta memòria constaran les accions realitzades, les experiències identificades, comunicacions, i les valoracions obtingudes, així com tota aquella documentació que es generi en el decurs dels anys adjudicats i que sigui d'importància, o que específicament estigui demanada pel PTCBG. Aquesta memòria serà lliurada abans de finalitzar l'any.
6. L'adjudicatari lliurarà totes les bases de dades, imatges gràfiques, arts finals, documents i qualsevol tipus de contingut que es generi durant el període de contractació amb l'obligació de recollir el consentiment de les persones físiques



de les que obtinguin les dades (d'acord amb LOPD) i en el format que sol·liciti el PTCBG.

7. L'adjudicatari s'encarregarà de realitzar les actes tècniques de les reunions derivades de l'execució del contracte que hauran de lliurar degudament signades pels responsables assistents. Caldrà lliurar tots aquest document originals al PTCBG. El responsable del PTCBG podrà acceptar en la seva substitució un resum de les reunions, sense necessitat d'estar signades.
8. S'haurà de presentar un informe trimestral de les tasques realitzades segons el Pla d'Actuació establert.

5.- Comissió de seguiment i validació

La ST haurà de treballar sempre en representació del PTCBG, sota la seva supervisió i comptar amb el seu vistiplau.

La comunicació serà via correu electrònic, telèfon i atenció personal amb reunions fixades sempre que es consideri oportú per ambdues parts (empresa contractada i PTCBG). D'aquestes reunions s'elaborarà un resum amb el contingut de la reunió i les conclusions i es lliurarà al PTCBG.

En cas que el PTCBG ho consideri necessari podrà demanar a cadascuna de les ST un informe mensual sobre l'estat de les accions i gestions que es realitzin en relació a la contractació apart de l'informe corresponent a les justificacions per cobrament.

La periodicitat d'aquestes reunions vindrà determinada pel PTCBG, per les necessitat del projecte i per tot allò especificat en l'apartat tercer, "característiques tècniques del projecte".