



---

**Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació del servei de secretaria tècnica del Club de Turisme Esportiu del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, mitjançant procediment obert amb una pluralitat de criteris d'adjudicació.**

---



## 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 una secretaria tècnica (en endavant ST) que s'encarreguin de l'assessorament, el desenvolupament i l'execució del Pla d'Accions i objectius que es fixaran per el nou Club de Turisme Esportiu, mercats o àrees promocionals i de comunicació, d'acord amb el Pla d'Accions 2017 del PTCBG

Cada empresa licitadora posarà a disposició del PTCBG un perfil tècnic en qualitat de director de projecte, les funcions del qual seran assistir al responsable intern de 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 requerits: Català, castellà i anglès

### Coneixements requerits:

- Coneixement geogràfic i turístic de la demarcació de Girona
- Coneixement en màrqueting, promoció i comunicació turística i esportiva
- Coneixement dels principals mercats turístics
- Xarxa de contactes de turisme esportiu
- Domini xarxes socials: comunicació digital esportiva

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona segueix dinamitzant el sector turístic de la Costa Brava i el Pirineu de Girona mitjançant la segmentació de l'oferta amb el foment de nous clubs de producte. L'empresa adjudicatària haurà de col·laborar en la creació,



desenvolupament i evolució del nou Club de Turisme Esportiu. La integració d'entitats i empreses al club és un dels elements clau perquè aquest es pugui desenvolupar com a tal.

Actualment aquest segment es gestiona de manera integrada al Club Natura i Turisme Actiu, que compta amb aproximadament 230 membres, alguns dels quals amb un clar component esportiu. Entre d'altres, les Destinacions de Turisme Esportiu gironines acreditades per l'Agència Catalana de Turisme, que formaran la base inicial del nou Club.

Aquesta agrupació d'empreses és voluntària, està integrada per empreses i entitats públiques, i té en comú l'interès d'estructurar, gestionar, promocionar i comercialitzar un mateix producte turístic. Des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona liderem aquesta segmentació i estructuració de l'oferta amb l'objectiu de:

- Poder realitzar accions promocionals i de comercialització específiques dirigides a mercats i públics objectius concrets.
- Incrementar la qualitat i la competitivitat del producte en particular, i de la destinació i la seva marca en general.

Per tant, caldrà que el Pla d'Accions específic de Turisme Esportiu inclogui clarament aquests objectius.

L'empresa adjudicatària de la secretaria tècnica de Turisme Esportiu tindrà una doble funció:

- Estructural: enfocada a la identificació i l'estructuració de l'oferta, i a la dinamització d'aquesta a partir del Club.
- Operacional: portar a terme les tasques relatives a la difusió i promoció de l'oferta del turisme esportiu de les comarques gironines a nivell nacional, i especialment internacional, així com donar suport a la seva comercialització.

#### A.- Funció estructural:

- Identificar les empreses i entitats que tinguin o puguin tenir relació amb el turisme esportiu i siguin susceptibles d'adherir-se al Club de Turisme Esportiu, ampliant i actualitzant la base de dades amb les dades i persona de contacte de cadascuna d'elles: agències receptives, empreses d'activitats esportives, centres de fitness d'alt nivell, centres d'alt rendiment, instal·lacions esportives, municipis, etc.
- Presentacions territorials a cada comarca per tal de donar a conèixer el Club i les seves funcions, i impulsar la participació activa de les empreses i entitats de tot el territori gironí amb l'objectiu d'adherir al Club l'oferta més representativa de cadascuna de les 8 comarques.
- Assessorament de les empreses i entitats de turisme esportiu per a possible adhesió al Club i, per les necessitats o requeriments referents al Club de Turisme Esportiu.



- Convocar, coordinar i fer el seguiment de les reunions o taules de treball amb les empreses i entitats adherides al Club, així com redactar les conclusions o actes d'aquestes, i enviar-les a tots els membres
- Identificar i proposar noves taules de treball sectorials que es puguin derivar de les necessitats de les empreses i entitats adherides al Club, i que suposin segments amb prou entitat com per tractar-los específicament.
- Proposar accions o altres iniciatives, així com identificar noves línies estratègiques que afavoreixin l'estructura i desenvolupament del Club, i la promoció d'aquest.
- Identificar els esportistes i prescriptors gironins, o relacionats amb les comarques gironines, més destacats i que puguin ser ambaixadors de la destinació.
- Fomentar el coneixement i la relació entre els membres del Club, i incentivar la creació de nous productes, experiències i serveis turístics específics, a partir de l'organització i dinamització de networkings o altres iniciatives propis del Club de Turisme Esportiu, o en combinació amb altres clubs del patronat, especialment amb el Club Natura i Turisme Actiu.

#### B.- Funció operacional:

- Identificar els principals mercats emissors, i d'aquests els operadors, clubs, federacions, mitjans de comunicació i blocaires que permetin difondre, promocionar i comercialitzar l'oferta del Club entre els segments de mercat més indicats. Establir-hi contacte i fer-ne seguiment.
- Elaborar, en coordinació amb els membres del Club i el Patronat, el pla d'accions específic de turisme esportiu 2017.
- Executar el pla d'accions específic del Club de Turisme Esportiu, organitzant i executant totes les accions previstes en aquest, així com aquelles que sorgeixin al llarg de l'any, bé siguin procedents de les taules de treball del propi club, bé es derivin de peticions concretes arribades posteriorment a la presentació i aprovació del PAO en curs.
- Assistir, atendre i/o realitzar aquelles accions de representació institucional que es considerin convenients pel bon funcionament i desenvolupament del PAO, així com redactar les actes o els informes que corresponguin a cadascuna de les accions (reunions, taules de treball, altres òrgans del club, jornades, viatges de premsa, de familiarització i de blocaires, workshops, presentacions, roadshows, networkings, fires, etc.
- Coordinar, des de la concepció inicial fins a la impressió del document final, el material promocional específic de turisme esportiu que prevegi el pla d'accions, en coordinació amb el Patronat.
- Identificar i proposar noves oportunitats d'accions i actuacions de millora per la promoció i comercialització del turisme esportiu de les comarques gironines.



- Ampliar i actualitzar la base de dades de contactes (TTOO, mitjans, blocaires, AAVV, etc.). La titularitat de la base de dades és del Patronat de Turisme Costa Brava Girona i no de l'empresa adjudicatària.
- Revisar i actualitzar l'apartat de turisme esportiu de la web del Patronat de Turisme Costa Brava Girona [www.costabrava.org](http://www.costabrava.org).
- Gestionar i coordinar la creació de continguts que es deriven del pla d'accions específic de turisme esportiu (fotos, vídeos, textos, etc.), i lliurar-los al Patronat.
- Gestionar els continguts creats per tercers, incrementant la difusió que es pugui fer d'aquests, i lliurar-los al Patronat.
- Fixar un calendari de reunions de seguiment amb l'equip de Màrqueting del Patronat de Turisme per despatxar les accions a treballar.
- Realització de la memòria anual del Club de Turisme Esportiu.
- **Elaboració del pla d'Actuacions de cada exercici.**

#### 4.- Obligacions dels adjudicataris

1. Assignar un equip tècnic amb dedicació a temps complet encarregat del bon desenvolupament de les tasques de la ST, atès que aquesta implica una dedicació diària.
2. Assignació d'un interlocutor
3. L'adjudicatari haurà d'estar disponibles per reunions internes amb el PTGCG o amb personal extern, un mínim de 2 dies setmanals a la seu 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 trip 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 de l'any 2017 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 la 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".