

Plec de prescripcions tècniques que regeixen la contractació de serveis de relacions públiques, creativitat, disseny, assessorament i producció de peces audiovisuals amb la contribució d'una personalitat rellevant, reconeguda i mediàtica en els principals mercats emissors de Catalunya, tant nacionals com internacionals

1. ANTECEDENTS

1.1. L'Agència Catalana de Turisme

L'Agència Catalana de Turisme (ACT) és l'organisme de la Generalitat de Catalunya responsable de la promoció de Catalunya com a destinació turística de primer ordre als principals mercats internacionals. Per portar a terme aquesta tasca, disposa d'una oficina a Barcelona i d'una àmplia xarxa de centres de promoció turística (CPT) als principals mercats emissors. Amb el treball conjunt de l'ACT i dels centres esmentats es duu a terme el Pla d'accions i objectius (PAO) anual.

1.2. El Pla de màrqueting turístic de Catalunya

Les tendències consolidades en els darrers anys i que afecten els mercats turístics indiquen que l'oferta turística de Catalunya competeix, cada vegada més, en els diferents mercats del negoci turístic internacional i que cal avaluar el significat dels canvis que comporten aquestes tendències amb més coneixement de la demanda i de l'evolució del consumidor.

L'activitat turística ja no es pot concebre, planificar o gestionar com un tot únic i homogeni. Una de les **iniciatives** del Pla de màrqueting turístic de Catalunya (PMTTC) preveu el desenvolupament **d'un programa de prescriptors i amants de Catalunya** que esdevingui una **xarxa d'influenciadors de la destinació** arreu del món. És important que personatges de ressò internacional ens facin d'altaveu per mostrar el millor de Catalunya a la resta de països.

1.3. Antecedents del web *Catalunya Advisors*

Catalunya advisors és un programa pensat i enfocat al **màrqueting de prescripció d'influència**. El 2015 es va crear per primera vegada un lloc web especial per poder allotjar les diferents categories d'influència, que fan de marc de prescripció per ajudar a obtenir els objectius promocionals en els diferents mercats emissors.

Durant tot aquest temps s'ha treballat per ampliar al màxim aquest portal de prescripció, per tal que l'usuari pugui gaudir de les diferents experiències i aportacions de valor de tots aquells que han nascut o viscut a Catalunya, o bé que l'han visitat en algun període i han pogut gaudir de l'oferta que té, tant personatges mediàtics com influenciadors digitals.

2. OBJECTE

Serveis de relacions públiques, creativitat, disseny, assessorament i producció d'una peça audiovisual, amb la contribució d'una personalitat rellevant, reconeguda i mediàtica en els principals mercats emissors de Catalunya, tant nacionals com internacionals.

Objectius generals

- Aconseguir sempre una marca Catalunya forta i notòria, així com un turisme de qualitat.
- Diferenciar la marca Catalunya mitjançant beneficis emocionals, importants icones reconegudes i paisatges únics.
- Ajudar a millorar la despesa diària del turista i aconseguir una diversificació temporal i territorial.
- Generar un grau d'interès elevat sobre el públic objectiu, per tal d'incrementar-ne la motivació per escollir Catalunya com a destinació ideal.
- Reforçar el posicionament de Catalunya com a país de qualitat, ric en experiències i amb múltiples opcions de vacances i d'escapades.
- Ser **notoris i innovadors** en la manera de comunicar.
- Crear missatges i continguts que tinguin un impacte creïble en el consumidor i que li generin un desig i unes expectatives molt fortes vers la destinació Catalunya.
- Generar trànsit al portal turístic de Catalunya www.catalunya.com i a les xarxes socials **@Catalunyaexperience**.
- L'ACT aposta més per la **qualitat** que per la quantitat de les accions que s'han de dur a terme.
- Catalunya vol orientar el seu esforç de màrqueting i comunicació a perfils cosmopolites amb un nivell de renda mitjà-alt: turistes predisposats a gaudir d'experiències amb valor afegit durant el seu viatge a Catalunya.
- Obtenir el millor perfil d'assessorament, que ajudi a generar notorietat de la destinació turística Catalunya a escala internacional.
- Aconseguir que aquest espai de prescripció aporti novetats i coneixement de racons i experiències especials per fer vacances o escapades a Catalunya. És important captar l'interès de la gent activa als canals en línia, que esdevindran futurs potencials consumidors de la destinació turística Catalunya.

3. OBLIGACIONS DE L'EMPRESA ADJUDICATÀRIA

- Dur a terme la definició, la planificació i l'execució de l'estratègia que s'ha de seguir per ampliar i dotar de més valor el projecte **Catalunya Advisors** el 2022.
- Crear nous continguts d'inspiració i prescripció per al lloc web **Catalunya Advisors** (<http://advisors.catalunya.com/>).

Es demana fer créixer els prescriptors i influenciadors al web *Catalunya Advisors* i dur a terme el manteniment dels continguts actuals, a més de la creació, la càrrega i el disseny de continguts nous.

Els continguts han de tenir valor, ser atractius i estar adaptats a les preferències dels nostres principals consumidors, perquè l'objectiu és generar notorietat i desig de visita en els nostres principals mercats emissors.

De cara al 2022 i a fi d'aconseguir el millor màrqueting de prescripció, cal tenir en compte el següent:

- ✓ **L'advisor** (o **referent**) ha de tenir vincle amb Catalunya, ja sigui personal o professional. No cal que sigui de nacionalitat espanyola, però sí que ha de tenir un lligam d'estima vers la destinació i ha de poder transmetre amb coneixement

els beneficis de la destinació turística. És molt important com l'*advisor* transmet el missatge de prescripció del territori: ha de ser real i amb empatia. El missatge d'estima vers la destinació ha de ser creïble i amb sentiment de pertinença al territori.

- ✓ L'empresa adjudicatària s'obliga a fer com a mínim una **peça audiovisual**, d'una durada mínima de minut i mig i màxima de tres minuts, amb l'**advisor o advisors** que participin en aquest projecte. Cal també preveure diferents localitzacions del territori, que sempre aniran vinculades a records i vivències de l'*advisor*. A partir de la peça principal s'han de fer les adaptacions necessàries que requereixi l'ACT, per a la difusió als nostres canals de promoció (les adaptacions són principalment per a les xarxes socials @catalunyaexperience i les xarxes socials de l'*advisor*).
- ✓ L'empresa adjudicatària s'ha de fer càrrec de la creació de totes les peces que es requereixin en el marc del projecte (vídeo amb el personatge + imatges del territori + adaptacions del vídeo per a les xarxes socials —s'han de fer les adaptacions per a les xarxes socials @catalunyaexperience i per a les xarxes socials de l'*advisor*—, creació de la landing page de campanya, continguts textuais vinculats al personatge, imatges del rodatge, etc.). L'empresa adjudicatària és l'encarregada de penjar la *landing page* al web *Catalunya Advisors*, fer-ne el seguiment i fer l'actualització dels continguts durant la durada del contracte.
- ✓ L'empresa adjudicatària s'ha de fer càrrec de les traduccions a **quatre idiomes** (català, castellà, anglès i francès) de totes les peces que es produeixen en el marc del projecte (vídeo, adaptacions del vídeo per a les xarxes socials, *landing* de campanya, continguts textuais vinculats al personatge, etc.).
- ✓ L'empresa adjudicatària s'ha d'encarregar del disseny i l'assessorament (no la compra de mitjans) d'un pla de comunicació en canals digitals tant per a l'ACT (@catalunyaexperience) com per a l'*advisor*.
- ✓ Pel que fa als drets d'imatge de l'**advisor** o de qualsevol altra persona que aparegui als materials audiovisuals o fotogràfics, l'empresa adjudicatària ha d'obtenir els drets d'imatge o altres drets que li puguin correspondre (veu, nom, etc.) per un període mínim d'un any, a fi que l'ACT, com a propietària de les creacions fotogràfiques i audiovisuals, pugui utilitzar aquestes creacions per a l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquest o per altres conceptes durant els períodes esmentats. En el cas dels menors, cal el consentiment per escrit del pare, la mare o el tutor.

En aquest sentit, l'empresa adjudicatària es compromet a conservar la documentació esmentada, en la qual s'ha de detallar que l'empresa actua com a intermediària de l'ACT, la finalitat de l'autorització i els mitjans a través dels quals s'explotaran els materials produïts.

A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'ha d'acreditar juntament amb el lliurament dels treballs que són objecte d'aquest contracte. D'altra banda, i per al cas que es vulguin seguir utilitzant els materials fotogràfics objecte del contracte, l'empresa adjudicatària es compromet a facilitar les dades de l'*advisor* o d'altres persones que apareguin als materials produïts, amb l'autorització

prèvia de les persones interessades, per poder acordar amb l'agència o la persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

- ✓ L'ACT requereix un mínim d'un any de drets d'imatge de l'*advisor*, a partir de la data de llançament de la campanya que s'activi.
- ✓ L'empresa adjudicatària és l'encarregada de negociar, gestionar i contractar la cessió de drets i la col·laboració entre l'ACT i l'*advisor*, així com d'assumir la despesa íntegra dels possibles honoraris que el personatge o personatges sol·licitin.
- ✓ L'empresa adjudicatària és l'encarregada de negociar la implicació de l'*advisor* amb la comunicació de la peça que es produeixi. L'*advisor* ha de col·laborar en la prescripció turística del territori amb el material produït, a través dels seus canals digitals si en disposa.

Mínim de 6 publicacions:

- 2 Facebook
- 2 Instagram
- 2 Twitter

En el cas de no disposar d'alguna d'aquestes xarxes socials que es detallen, es poden fer tres publicacions en dues de les xarxes socials que l'Advisor tingui. S'ha de prioritzar Facebook i Instagram, que és on l'ACT té més seguidors i activitat digital.

- L'ACT facilita a l'empresa adjudicatària la plataforma tecnològica <https://advisors.catalunya.com/>.
- La producció i els costos de la *landing* de campanya amb l'*advisor* van totalment a càrrec de l'empresa adjudicatària.
- Totes les despeses que generi la proposta que presenti l'empresa adjudicatària són a càrrec de l'empresa adjudicatària, llevat de les despeses que es puguin generar vinculades al desenvolupament purament tecnològic del web <https://advisors.catalunya.com/> i la contractació de qualsevol mitjà de comunicació que es consideri necessari per a la difusió de la campanya.
- L'ACT pot modificar les accions proposades per l'empresa adjudicatària i substituir-les per altres accions equivalents i de les mateixes característiques en funció de l'estratègia promocional de l'ACT o bé degut a la situació epidemiològica.
- És important que l'empresa adjudicatària aconsegueixi les millors condicions de gestió i planificació per tal d'assolir el posicionament esperat i de la manera més efectiva, i que permeti optimitzar al màxim el pressupost disponible.
- L'empresa adjudicatària es fa responsable de controlar els continguts que es publiquin en el marc d'aquest projecte, i ha de vetllar perquè no es malmeti la imatge institucional de Catalunya ni el seu bon posicionament turístic

4. EQUIP DE TREBALL

Quant a l'equip de treball, els perfils professionals mínims que l'empresa adjudicatària cal que adscrigui a l'execució del contracte són els següents:

- Director/a creatiu/iva. Amb una llicenciatura o grau en comunicació audiovisual, amb una experiència laboral o professional de mínim cinc anys en projectes i tasques relacionades amb la creació de continguts publicitaris i desenvolupament de campanyes amb *influencers* i *celebrities*.
- Tècnic/a sènior. Amb una llicenciatura o grau en publicitat, amb una experiència laboral o professional de mínim cinc anys en projectes i tasques relacionades amb la creació de continguts publicitaris, campanyes d'influència en línia i desenvolupament i coordinació de treballs amb *influencers* i *celebrities*.

5. DADES ECONÒMIQUES

5.1. Valor estimat del contracte:

El valor estimat del contracte és de 78.259,16 €, IVA exclòs.

5.2. Pressupost base de licitació:

El pressupost base de licitació és de 94.693,58 €, IVA inclòs.

El sistema de determinació del pressupost base de licitació és el que consta en la memòria justificativa del contracte.

5.3. Existència de crèdit

La partida pressupostària que s'imputa a aquest crèdit és:

22013030000000/Màrqueting Operacional / Relacions Públiques i Cat. Advisors / *Influencers*

5.4. Forma de pagament

El pagament de l'import total es durà a terme de la manera següent:

30 % de l'import total - després de la justificació del contracte signat amb l'*advisor*.

50 % una vegada finalitzat el rodatge amb el personatge-*advisor*.

20 % - quan acabi el contracte i les tasques encomanades, i després de la presentació dels informes de justificació.

6. DURADA DEL CONTRACTE

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'ha de dur a terme des de l'1 de gener de 2022 o des de la signatura del contracte, si és posterior a l'1 de gener de 2022, i ha de finalitzar el 31 de desembre del 2022.



Amanda Roura

Responsable de Programes de Relacions Públiques i Catalunya Advisors