

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI D'UNA AGÈNCIA DE PUBLICITAT QUE S'ENCARREGUI DE L'ASSESSORAMENT, DEFINICIÓ I CONCEPTUALITZACIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ I ARQUITECTURA DE MISSATGES, LA CREATIVITAT I PRODUCCIÓ DE MÀSTERS DE LA CAMPANYA DE POSICIONAMENT DEL MUNICIPI DE L'ESCALA

Antecedents:

L'Àrea de promoció econòmica , turística i de comerç és l'entitat encarregada de la promoció de l'Escala com a destinació turística. L'àrea duu a terme la seva tasca seguint les directrius del Pla estratègic de turisme de Catalunya període 2018-2022 i del Pla director de turisme de l'Escala-empúries període 2017-2020.

Anualment, executa un Pla d'accions de màrqueting i promoció amb l'objectiu de promocionar i donar suport a la comercialització dels diferents productes i empreses de la destinació. Es basa en definir quins productes cal promocionar, en quins mercats, per a quins segments i a través de quines accions.

L'Ajuntament de l'Escala també executa anualment un pla de comunicació amb l'objectiu de re posicionar i fer evolucionar la imatge de municipi. És una estratègia a llarg termini amb una tasca important de comunicació permanent, però també d'estructuració de producte i d'especialització de la destinació.

L'Àrea de promoció econòmica, turisme i comerç gestiona els serveis següents:

- Acollida i informació al visitant
 - Gestió de les oficines de turisme i eines TIC d'informació turística
 - Creació i organització d'activitats i experiències de fidelització

- Programa de dinamització comercial
- Certificació de Qualitat, Emas III i Iso 14001, Q turística , Carta Europea de Turisme sostenible i segell del club de les Badies més Belles del món
- Marketing i promoció
 - Productes turístics:
 - ▢ Sol i Platja
 - ▢ Esportiu
 - ▢ Benestar i salut
 - ▢ Actiu-natura
 - ▢ Cultural
 - ▢ De compres
 - ▢ Gastronòmic

▯ Esdeveniments (promoció i organització)

- Comunicació i premsa
- L'Escala Film Office

En línies generals, els objectius clau de la destinació són:

- Re posicionament de la marca “L'Escala, mar d'Empúries” i “L'Escala és vida”
- Fidelització i acollida als visitants
- Desestacionalització de la temporada turística

Pel que fa als públics objectiu, en funció del Pla d'Accions i Objectius anual, les accions es dirigeixen a:

- Visitants de l'Escala
- Públic final potencial als principals mercats emissors
- Professionals del sector / Operadors turístics
- Mitjans de comunicació / Prescriptors
- Residents de L'Escala

I, per últim, L'Escala es dirigeix als mercats següents:

- Estratègics:

- Catalunya / Espanya
- França
- Bèlgica i Holanda
- Alemanya

- Prioritaris:

- Benelux
- Països Nòrdics
- Altres

Antecedents campanyes de comunicació

1.1.1. 2022 Campanya de posicionament de marca “L’Escala és Vida”

Mercat: Catalunya

Perfils:

- Famílies amb fills
- Sèniors
- Parelles joves

La primavera de 2022 L’Escala va llançar la campanya sota el claïm L’Escala, és vida. Una campanya de promoció turística orientada al públic final català i del sud de França. La campanya estava basada en la sostenibilitat i el benestar tant dels visitants com dels residents locals.

.

La campanya de posicionament de marca de l'Escala es va dur a terme durant els mesos d'abril , maig i juny i de mitjans de setembre a finals d'octubre. Respecte a la selecció dels mesos maig i primera quinzena de juny aquest criteri es basava en diferents motius: per una banda mostrar al públic català de proximitat que l'escala és un destí de sol i platja , amb uns recursos naturals únics i un idret ideal per a tot tipus de pràctica d'esports nàutics i d'actiu-natura , així com aprofitar que aquest mercat és un client potencial pel cap de setmana, i per tant per la desestacionalització de la temporada.

La campanya "l'Escala és Vida" va ser una campanya diferent i veraç amb què es ve intentar posar en valor i donar resposta a la sostenibilitat, la convivència entre la població local i els visitants, i posar en valor el producte local i de Km 0.

"L'Escala , és vida " destaca la importància de visitar personalment el municipi per comprovar per un mateix què hi ha , gaudir de la vivència de les experiències , i finalment animar a compartir-ho especialment a les xarxes socials (comparteix Lloret) amb l'etiqueta #visitlescala i #lescalaesvida.

La campanya de màrqueting i comunicació es va fer tant offline com online

La campanya va tenir cobertura en l'àmbit català i es va dur a terme en els següents suports:

- Publicitat exterior
- Premsa
- En línia
- Televisió

Objectius

L'objecte de la licitació és la contractació d'una agència de publicitat que s'encarregui de l'assessorament, definició i conceptualització de l'estratègia de comunicació i arquitectura de missatges, la creativitat i producció de màsters de la campanya de posicionament de la marca de l'Escala.

L'objectiu general és crear un posicionament de marca més innovador i fresc per a L'Escala i per a totes les seves comunicacions a nivell de màrqueting, publicitat i comunicació que mantingui els criteris de veracitat, credibilitat i proximitat que ha seguit la marca fins al moment i que ens posicioni com a destí sostenible diferenciat dins la marca costa brava.

Públic objectiu campanya paraigües de posicionament de marca de l'Escala

- El públic objectiu de la campanya de re posicionament de marca és el consumidor final.
- Reforçar el sentiment d'orgull i pertinença de la població i societat civil a una destinació turística moderna, innovadora, dinàmica i equilibrada i a les professions vinculades al turisme.
- Mostrar de forma clara que la sostenibilitat és cosa de tots.. Cal difondre de forma única i conjunta la responsabilitat per tal garantir la qualitat de vida en el municipi.
- Implicar-los i convertir-los en un canal més a través del qual traslladar el missatge d'estima i respecte per la nostra destinació.

To i estil de la campanya

Des de L'Escala, ens que ha portat a terme una important tasca d'especialització, estructuració de productes turístics i

professionalització en els darrers anys i es vol començar a comunicar d'una forma molt més autèntica, tradicional, potenciant la natura, la cultura i la gastronomia local. Fomentant el benestar global tant dels locals com dels visitants.

I

Mitjans de la campanya

Caldrà crear i dissenyar totes les peces (màsters) necessàries en funció de la proposta creativa presentada per a la difusió d'una campanya multimèdia.

En la primera fase de la present licitació, L'Escala no contempla portar a terme una gran campanya publicitària en mitjans, sinó comptar amb una estratègia clara de posicionament de la marca a mig termini i fer-ho (en tots els seus productes i segments) amb un mateix to i sota una identitat gràfica homogènia.

Per tant, durant l'exercici 2023, per a la producció de les accions incloses a la proposta creativa presentada, i a banda del pressupost relatiu a la present licitació, L'Escala disposa de les partides següents:

- Pla de mitjans, comunicació i producció del materials : 12.100€ (IVA inclòs) de la partida de Promoció turística 20230443222602. Més els acords anuals que L'Escala ja té establerts amb alguns mitjans de l'àmbit català i del sud de França

Plataformes de L'Escala a disposició de la campanya:

- Plataformes web:
 - Web de vacances: <http://www.visitlescala.cat>
- Xarxes socials:
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Youtube
 - LinkedIn(nova obertura)
- Publicacions
- Altres.

també pot disposar de:

- Ràdio l'escala i Canal 10 com a mitjans municipals
- Pancartes i mupis via pública.

Durada i calendari

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'hauran de realitzar durant dos anys amb possibilitat de dos anys de pròrroga des de la signatura del contracte.

Pel que fa al calendari, l'acció tàctica "l'Escala és vida" caldrà que es desenvolupi just abans de setmana santa i fins al mes d'octubre

El calendari de la resta d'accions proposades dependrà de la proposta creativa presentada per l'adjudicatari.

Obligacions de l'adjudicatari

- L'adjudicatari haurà d'assessorar i acompanyar l'equip tècnic de l'Escala durant la durada del contracte.
- L'adjudicatari haurà d'identificar totes aquelles oportunitats de comunicació que puguin millorar el posicionament de la destinació i posar-la en valor.
- L'adjudicatari haurà de coordinar-se amb l'àrea de promoció econòmica, turisme i comerç", per treballar sota la línia estratègica que estableixi l'agència.
- L'adjudicatari haurà de coordinar-se amb l'empresa de per tal que aquest també segueixi la línia estratègica/gràfica que estableixi l'agència.

- L'adjudicatari haurà d'estar disponible per a reunions internes amb L'ajuntament de l'Escala o amb personal extern, prèvia coordinació conjunta
- L'adjudicatari 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 que es realitzin objecte de la licitació.
- L'adjudicatari lliurarà tota la documentació, imatges gràfiques, arts finals, 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 dades (d'acord amb LOPS) i en el format que sol·liciti l'Ajuntament de l'Escala.
- L'adjudicatari haurà de realitzar una memòria descriptiva anual de les accions realitzades en la qual s'especifiquin els resultats obtinguts.

Comissió de seguiment i validació

L'empresa adjudicatària haurà de treballar sempre en representació de l'ajuntament de l'Escala, sota la seva supervisió i comptar amb el seu vistiplau.

La comunicació serà via correu electrònic, telèfon i atenció personal amb reunions fixades periòdicament.

Documentació annexa

- Pla Estratègic de L'Escala 2017-2020
- Informe turístic 2022.

