

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ D'UNA SECRETARIA TÈCNICA PER DONAR SUPORT AL PROJECTE DE MILLORA DE LA REPUTACIÓ DEL TURISME A BARCELONA

1. Objecte del contracte

El turisme és una de les activitats més rellevants per la ciutat de Barcelona i el conjunt de la província i Catalunya, tant en pes sobre el seu PIB i ocupació, com en impacte en altres activitats com la gastronomia, la cultura, els esports i inclús l'atracció de talent, la integració de la nova immigració, i l'atracció d'inversió internacional.

Malgrat el turisme hagi impulsat la transformació de la ciutat i del país des d'un model industrial a un model de serveis avançats, en els darrers anys es detecta una creixent i accelerada desafecció ciutadana en relació al turisme, un sector al que s'associa amb la massificació, l'encariment de la ciutat, la homogeneïtzació de la seva oferta, la gentrificació dels barris i la pèrdua d'identitat entre d'altres atributs negatius.

Diferents enquestes municipals, des de la Òmnibus fins a l'enquesta de percepció ciutadana, es fan ressò d'aquesta creixent desafecció que situa el turisme com un dels 5 principals problemes de la ciutat i va reduint-se el percentatge de ciutadans que creuen que el turisme és "més o menys beneficiós" per la ciutat.

Davant aquesta situació Barcelona Turisme es planteja impulsar una estratègia integral públic privada per millorar la reputació del turisme entre els ciutadans de Barcelona. Una estratègia a llarg termini que inclou una diversitat d'actuacions i programes que van des de campanyes de comunicació, treball a les xarxes socials, creació d'informes i anàlisis, formació de portaveus, relació amb la resta de la societat civil, organització de seminaris locals i internacionals, col·laboració amb l'acadèmia, i treball de base, entre d'altres, tal i com es menciona a l'annex a aquest document.

Per tal de coordinar totes aquestes actuacions, es requereix dels serveis de SECRETARIA TÈCNICA per al Pla de Reputació Turística de Barcelona amb l'encàrrec general de donar suport, aportar estratègia, coherència i continguts al pla i la seva execució, així com coordinar totes les accions que se'n derivin.

El Pla de Reputació Turística de Barcelona figura en l'**Annex I** d'aquest PPT.

2. Característiques i accions a desenvolupar per part de la Secretaria Tècnica

La Secretaria Tècnica per al Pla de Reputació Turística haurà de prestar els serveis que es descriuen a continuació, així com aquells que es puguin afegir en el marc de la proposta per part de les empreses que s'hi presentin:

1. Aportar estratègia i continguts al Pla de Reputació Turística.

1.1. Aportar coneixement, bones pràctiques, experiència i estratègia en temes de reputació tant del sector turístic com d'altres per participar a les reunions de planificació i revisió estratègica que es convoquin per tal de donar seguiment al Pla.

1.2. Aportar contactes i crear una base de dades per accedir a persones i organitzacions clau en matèria de reputació general i del sector turístic en particular tant per la seva participació en el pla, com en la captació de recursos i aliances per al mateix.

1.3. Aportar capacitat d'anàlisi de la informació i les dades per elaborar aproximacions estratègiques al tema de la reputació del turisme al llarg de tot el pla.

1.4. Aportar continguts, dades i relat per articles, conferències, debats i tota mena d'intervencions en formats públics o privats que es puguin derivar del Pla.

1.5. Coordinar les accions amb els mitjans que s'acordin en el Pla.

2. Donar suport a l'execució del Pla de Reputació Turística.

2.1. Elaboració d'informes de seguiment d'execució del pla dirigits a la governança del mateix.

2.2. Preparar els informes d'execució econòmica associats al Pla.

2.3. Convocatòria de reunions locals, nacionals i internacionals i seguiment de les mateixes vinculades a la governança del pla.

2.4. Convocatòria, seguiment i suport en la preparació de reunions dels diferents consells assessors a nivell local i internacional que es convoquin.

2.5. Preparació, si s'escau, dels plec tècnics i administratius vinculats a la licitació de les diferents parts del pla.

2.6. Creació i manteniment d'una base de dades centralitzada de persones

i organitzacions vinculades al pla de reputació.

3. Fer seguiment de proveïdors interns i externs del Pla de Reputació Turística.

3.1. Coordinar i aportar coherència a totes les accions a desenvolupar en el context del Pla tant per equips interns al Consorci com per part d'equips externs implicats en el mateix sigui com a socis de la iniciativa o com a proveïdors de la mateixa.

3.2. Demanar als proveïdors externs les dades i informes necessaris per a la correcta execució del Pla.

4. Accions directament associades a la comunicació del Pla de Reputació Turística

4.1. Identificació, formació i gestió de portaveus i ambaixadors (periodistes, acadèmics, empresaris, sindicalistes, articulistes, polítics, tertulians, influencers, en diferents mitjans i canals de comunicació) del projecte per participar en debats, articles, ponències o com a interlocutors en diferents fòrums.

4.2. Preparació de notes de premsa, contactes amb els mitjans, seguiment de convocatòries de les accions relacionades amb el Pla.

4.3. Elaboració d'argumentaris sobre els diferents moments i punts rellevants associats a la reputació turística. Els argumentaris s'elaboraran en diferents formats i per a diferents receptors de forma personalitzada, tant per ser entregats en informes, notes, així com a través de canals digitals privats.

4.4. Gestió de situacions de crisi reputacional aportant argumentaris, acompanyament, anticipació, i acció per revertir la potencial amenaça de crisi reputacional.

4.5. Identificar i fer seguiment de les corresponsalies de premsa internacional que segueixen el tema a Espanya així com en països clau com el Regne Unit, Estats Units, Corea del Sud, Japó i Xina per assegurar que no es generen missatge d'alarma sobre els diferents aspectes que impacten a la reputació del turisme a Barcelona.

5. Monitoritzar l'acompliment del Pla de Reputació Turística tant en les enquestes d'opinió ciutadana com en informes qualitatius de presència reputacional en òrgans de participació, mitjans de comunicació, xarxes,

fòrums polítics, líders d'opinió, entitats i societat civil.

3. Aportació de Turisme de Barcelona al contracte

Turisme de Barcelona a través de l'Observatori del Turisme a Barcelona, ciutat i regió aportarà les principals dades tant del sector com dels actors clau així com les bones pràctiques en el tema. Així mateix es procuraran les comparacions internacionals a l'empresa que resulti adjudicatària per tal de proporcionar dades que puguin dotar de contingut i facilitar l'argumentació per a la citada Secretaria Tècnica.

Turisme de Barcelona també dedicarà el seu equip de Comunicació i Premsa a coordinar aquesta iniciativa.

4. Documents a entregar per valorar les propostes.

Serà necessari en base al Pla de Reputació annex facilitar una proposta de Secretaria Tècnica en base a les característiques del servei detallades al present document i tot tenint present les accions proposades a l'apartat 2.

En concret, dins del Sobre B, es requerirà el següent:

1. Una presentació de màxim 5 pàgines on es presenti una aproximació al repte reputacional del turisme a Barcelona indicant els antecedents del mateix, així com la forma d'abordar-lo que es proposa des de l'empresa, coherent amb el Pla aquí annexa.
2. Un exercici de dissenyar unes jornades de dos dies a celebrar hipotèticament a Barcelona per debatre a nivell local i amb incidència en els mitjans sobre la contribució del turisme al desenvolupament futur de Barcelona i els seus barris.
3. Altres accions a proposar per part de l'empresa que millorin el Pla de Reputació i les seves accions i que siguin assumibles per al mateix. Accions que millorin el Pla de Reputació Turística de Barcelona i les seves accions en l'àmbit de les xarxes socials, l'acadèmia, la selecció de portaveus, la identificació d'articulistes i la creació de consells assessors valorant-se especialment les propostes de potencials experts, acadèmics, portaveus, articulistes, influencers a aportar en les diferents palanques de desenvolupament del pla de reputació.

Dins del Sobre C, s'haurà d'aportar l'oferta econòmica i els criteris automàtics d'acord amb l'**Annex 3** del PCP, i la documentació acreditativa dels criteris tècnics/quantitatius quantificables de forma automàtica.