

Memòria

Per a la licitació del contracte del servei de comunicació del Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme

Justificació i antecedents:

El Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme, a partir d'ara Consorci, és l'ens de promoció turística de la destinació Costa Barcelona - Maresme i va ser constituït a l'any 1997 per promocionar el turisme de la comarca del Maresme.

Està format per els 30 ajuntaments de la comarca del Maresme, així com amb les següents entitats:

- Consell Comarcal del Maresme
- Gremi d'empresaris d'hostaleria de la comarca del Maresme
- Fundació TecnoCampus Mataró-Maresme
- FAGEM
- Club Nàutic el Balís

Es treballa de manera conjunta amb la Diputació de Barcelona i l'Agència Catalana de Turisme per la promoció de la marca turística Costa Barcelona.

Els objectius del Consorci inclouen:

- Millorar l'oferta turística del territori posant en valor els recursos i els atractius turístics de la comarca.
- Vetllar per la incorporació dels criteris de qualitat, sostenibilitat i responsabilitat com a garantia de millora de la competitivitat turística a través de les marques i segells de finalitat al nostre abast.
- Facilitar la creació i comercialització dels productes turístics més apropiats en funció de les característiques de l'oferta turística comarcal.
- Augmentar la participació dels ajuntaments i la presència del sector privat en la direcció, disseny i aplicació de la política turística del territori.

Per aconseguir els nomenats objectius el Consorci desenvolupa, a través de diferents segments de treball temàtics, accions, projectes i campanyes de promoció destinades a atraure visitants i turistes a la comarca del Maresme.

Dins de les accions de promoció que gestiona el Consorci, s'inclouen la comunicació, promoció i difusió de l'oferta turística de la comarca del Maresme.

Justificació de la necessitat del contracte

L'article 6.J) dels Estatuts del Consorci de Promoció Turística "Costa del Maresme" (publicats en el BOPB número 240 de 7 d'octubre de 2010) preveu que el Consorci podrà "gestionar,



promoure, donar suport i realitzar qualsevol altra acció que pugui contribuir al fenomen turístic del Maresme”. La prestació del servei de gabinet de premsa té cabuda en aquest epígraf.

Una destinació turística competitiva requereix una presència activa i estratègicament gestionada als mitjans de comunicació. La comunicació amb els mitjans és un instrument fonamental per:

- Generar visibilitat de la destinació i del territori en mitjans locals, nacionals i internacionals.
- Construir i consolidar la reputació de la marca Costa Barcelona-Maresme.
- Donar a conèixer l’oferta turística, els esdeveniments i les novetats del territori.
- Gestionar de manera àgil i professional la comunicació en situacions de crisi reputacional.
- Establir relacions duradores i de confiança amb periodistes i editors especialitzats en turisme.

El Consorci de Promoció Turística Costa del Maresme no disposa actualment de personal propi per a desenvolupar les tasques objecte del contracte. Tenint en compte el cost del servei, no es considera adient incrementar els costos fixos del capítol 1 del pressupost del Consorci. Per tant, la contractació externa d’una empresa especialitzada en gabinet de premsa és la solució més eficient i cost-efectiva per cobrir aquesta necessitat.

Objectius del servei a contractar:

- Reforçar i potenciar la imatge de la marca Costa Barcelona-Maresme i del Consorci.
 - o Posicionar la comarca del Maresme com un territori amb qualitat de vida que val la pena visitar, que està a tocar de Barcelona i ben a prop de Girona; ben comunicada per carretera, autopista i ferrocarril i ben a prop de dos aeroports (Barcelona i Girona).
 - o Difondre els grans atractius de la comarca del Maresme per passar-hi vacances, caps de setmana o fer-hi sortides d’un dia.
 - o Donar a conèixer l’oferta del Maresme tot creant un imaginari atractiu que doni per fet que a la comarca hi trobaran una gran oferta turística: festes, esdeveniments, patrimoni cultural, enogastronomia, pobles amb identitat, benestar, mar i platja, actiu i natura, turisme de reunions i de turisme pantalla.
 - o Impulsar la seva potencialitat com porta d’accés a Barcelona però amb personalitat pròpia.
 - o Aconseguir que els catalans acabin de descobrir el Maresme com una realitat en la qual no han aprofundit. I després cal aconseguir que els espanyols tinguin el Maresme com un lloc proper a Barcelona amb grans possibilitats. I finalment, aconseguir que els països europeus i la resta del món ens tinguin presents quan venen a Barcelona i a Catalunya.
- Informar i difondre la comarca del Maresme al màxim, posant especial èmfasi en la capacitat comunicativa vers nous sectors de públic, tenint en compte el context

anterior. Es podran utilitzar tots els suports i mitjans gràfics disponibles: premsa, televisió, revistes especialitzades, trameses, e-mails, publicitat exterior [programes trimestrals, cartells, programes de mà, banderoles...], web, etc.

- Donar coherència i unitat d'imatge a tots els elements de comunicació en funció de les accions programàtiques del Consorci.
- Coordinar qualsevol estratègia de comunicació en funció de les accions programàtiques de l'esmentat Consorci.
- Coordinar i fer seguiment del procés d'elaboració del pla de mitjans, així com de producció i distribució, del Consorci.

Objecte del contracte

L'objecte del contracte consisteix en la prestació d'un servei de gabinet de premsa que permeti al Consorci disposar d'una empresa especialitzada per a la gestió integral de la comunicació corporativa i les seves relacions amb els mitjans de comunicació.

El servei contribuirà a posicionar el Maresme com una comarca de referència per a passar-hi les vacances, fer-hi estades o visitar-la per un dia, mitjançant una comunicació professional, proactiva i estratègicament coordinada amb els objectius del Consorci.

El servei de gabinet de premsa inclourà, com a mínim, les següents funcions:

- Elaboració i distribució de notes de premsa i comunicats als mitjans de comunicació locals, nacionals i internacionals.
- Atenció i gestió de les peticions dels mitjans de comunicació (entrevistes, declaracions, acreditacions, etc.).
- Redacció de continguts per a la promoció i difusió de la destinació en publicacions especialitzades en turisme i/o web de turisme del Consorci.
- Disseny i execució d'una estratègia de comunicació anual alineada amb el pla de promoció del Consorci.
- Acompanyament i cobertura comunicativa dels actes en què participin membres del Consorci.
- Elaboració d'informes de seguiment i avaluació de l'impacte mediàtic de les accions de comunicació.
- Gestió de la comunicació en situacions de crisi, amb protocols establerts prèviament.

Durada del contracte i pròrrogues:

El contracte tindrà una durada de dos (2) anys a comptar des de la formalització del contracte en document administratiu.

El contracte es podrà prorrogar anualment fins a un màxim de dos (2) prorrogues anuals, és a dir, amb un total màxim de quatre (4) anys.

Les pròrrogues seran únicament potestat del Consorci. En cas de ser voluntat del Consorci prorrogar el tercer i quart any, ho haurà de comunicar formalment al contractista amb, almenys, dos (2) mesos d'antelació a la finalització de l'anualitat en curs. La pròrroga no es produirà, en cap cas, per acord tàcit de les parts.

De conformitat amb l'article 7.3 de la Llei orgànica 2/2012, de 27 d'abril, d'Estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera, aquest contracte no està subjecte al principi d'estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera.

Tramitació de l'expedient i procediment d'adjudicació del contracte

La contractació, que es tramitarà de forma ORDINÀRIA, subjecta a regulació harmonitzada, es durà a terme mitjançant Procediment HARMONITZAT amb més d'un criteri d'adjudicació, en virtut d'allò que estableixen els articles 145, 146, 156 a 159 i concordants de la LCSP.

No divisió en lots

De conformitat amb l'article 116.4.g) de la LCSP, no és idoni dividir l'objecte del contracte en lots per les següents raons:

El servei de gabinet de premsa requereix coherència estratègica, unitat de marca i coordinació constant. El gabinet de premsa és l'altaveu comunicatiu d'una entitat pública i ha de transmetre una imatge homogènia. Si diferents empreses gestionessin aspectes separats del servei, podrien sorgir inconsistències en el to de veu, l'estil comunicatiu i els missatges transmesos als mitjans.

La planificació de la comunicació ha de tenir una visió integrada, amb un calendari editorial unificat, una estratègia coherent i un pla d'acció per a situacions de crisi reputacional. El seguiment de l'impacte mediàtic ha de ser integral per ajustar les estratègies de manera àgil i eficient.

Proposta

D'acord amb tot l'exposat anteriorment, es proposa la contractació d'una empresa especialitzada en serveis de comunicació que pugui dur a terme el servei de gabinet de premsa per al Consorci, mitjançant licitació pública, d'acord amb el procediment i les condicions establerts en el present informe i en el plec de prescripcions tècniques particulars.

La descripció i les característiques de l'objecte del contracte, així com la forma de portar a terme la prestació per part de l'adjudicatari, seran les estipulades al present informe i al plec de prescripcions tècniques, en els quals es fa referència a les necessitats a satisfer mitjançant el contracte. Tant el contingut del present informe com el plec de prescripcions tècniques particulars tindran caràcter contractual

Mataró, signat electrònicament a la data que hi figura.

La Presidenta

Carme Ponsa Monge