

Asturias
paraíso natural

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO, DESARROLLO Y PRODUCCIÓN DE LA CREATIVIDAD DE LA CAMPAÑA DE TURISMO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS 2017.

EXPEDIENTE Nº: CM 25-16

1. OBJETO DEL PLIEGO.

El objeto del presente pliego es establecer las condiciones técnicas necesarias para la realización de una nueva campaña de comunicación de Asturias como destino turístico con las diversas creatividades a aplicar en distintos soportes y que tendrá destino a los mercados autonómico, nacional e internacional.

Dentro de la estrategia de marketing global de Asturias como destino turístico tienen especial relevancia las acciones que tienen como soporte los medios de comunicación. Para que estas acciones alcancen el resultado deseado que se traduzca en el refuerzo de una imagen positiva de destino que genere voluntad de consumo es necesario contar con una estrategia de comunicación que contemple una imagen de destino que proyecte valores positivos. Esta imagen de destino debe materializarse en una serie de propuestas audiovisuales coherentes que cumplan con el objetivo descrito.

2. ALCANCE DEL SERVICIO.

La finalidad de la campaña es renovar la imagen del destino, adecuando el mensaje y la imagen a las nuevas tendencias creativas buscando un enfoque fresco e innovador en la estrategia de comunicación de destino que potencie y amplifique los valores de la marca "Asturias, Paraíso Natural" con el objetivo de motivar el consumo turístico del destino.

La campaña deberá asimismo marcar diferencias con respecto a las campañas y estrategias de los distintos mercados españoles y, en especial, de los que conforman la España Verde.

La campaña deberá motivar el turismo en Asturias, con especial incidencia en temporada baja, procurando dinamizar el sector y procurando la máxima estabilidad posible del sector turístico asturiano.

La campaña deberá atender a los siguientes extremos:

- a) Deberá contemplar la adecuación con la marca turística "Asturias, Paraíso Natural", potenciándola a través del refuerzo y correcta transmisión de sus valores esenciales que se encuentran definidos en el Programa de Turismo Sostenible de Asturias 2020: tradición, cultura, naturaleza, tranquilidad, gastronomía, autenticidad, pueblos y paisanaje, hospitalidad, patrimonio, identidad, diversidad y mitos y leyendas.



Asturias
paraíso natural

b) Deberá responder a un público objetivo -turistas potenciales que podrían estar interesados en descubrir Asturias como destino o en repetir su viaje- de carácter principalmente urbano, de nivel socioeconómico alto, medio-alto y medio, con edad en el umbral 25-55. Así el target principal puede definirse en los siguientes umbrales: clase A, MA, MM; hábitat +50.000; además de forma complementaria se establecen diversos targets secundarios de consumo:

- Turismo de naturaleza
- Turismo Rural
- Costa y villas marineras
- Caminos a Santiago
- Turismo cultural
- Turismo urbano (ciudades de Asturias)
- Turismo activo y deportivo
- Turismo gastronómico
- Turismo industrial

Desde la perspectiva geográfica se establecen los siguientes ámbitos prioritarios:

- Mercado autonómico: que supone el 11% de los turistas que pernoctan en establecimientos asturianos y cuyo origen se encuentra básicamente en la franja central de Asturias, donde se concentra el 80% de la población.
 - Mercado nacional: que supone el 74% de los turistas que recibe Asturias, y donde se distinguen dos ámbitos diferenciados en función de los periodos vacacionales:
 - ZONA 1- Mercados prioritarios para puentes y temporada baja: Madrid, Castilla y León, Galicia, Cantabria, País Vasco y Cataluña.
 - ZONA 2 (Vacaciones estivales): Mercados de la zona 1 además de la Comunidad Valenciana, Andalucía y las Islas Baleares.
 - Mercado internacional: que aporta el 15% del turismo que recibe Asturias, estableciendo como prioritarios aquellos que ocupan los primeros puestos de turismo internacional en Asturias y que se corresponden con países con los que cuenta o prevé contar en corto plazo conexiones aéreas directas:
 - Francia
 - Reino Unido
 - Alemania
 - Portugal
 - Italia
- c) Deberá atender a los productos identificados en el Programa de Turismo Sostenible de Asturias 2020 y que conforman la oferta de Asturias como destino turístico:
- Turismo de naturaleza: atendiendo a la singular combinación entre mar y montaña que se da en Asturias con especial referencia a los seis espacios declarados Reserva de la Biosfera



Asturias paraíso natural

por la UNESCO, a las posibilidades del ecoturismo y a la preservación de la franja costera.

- Turismo cultural: atendiendo especialmente a los bienes declarados Patrimonio Mundial de la UNESCO (Camino de Santiago, Arte Rupestre Cantábrico y Prerrománico Asturiano) así como a las manifestaciones vinculadas con la cultura tradicional.
- Camino de Santiago: atendiendo a las particularidades de los itinerarios asturianos declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO y sus valores diferenciales con respecto a otros caminos.
- Ciudades de Asturias: atendiendo a la especificidad de Asturias y sus tres ciudades (Oviedo, Gijón y Avilés) en términos de complementariedad, así como a las posibilidades para el sector MICE.
- Turismo gastronómico: atendiendo tanto a los productos con indicación geográfica protegida o denominación de origen como a la oferta gastronómica asturiana y especialmente a las marcas de calidad Sidrerías de Asturias, Mesas de Asturias y aquellos establecimientos con reconocimientos de carácter internacional; así como a las posibilidades de experiencias que ofrece Asturias en torno al turismo gastronómico tales como visitas a espacios productivos y de transformación de productos.
- Costa y villas marineras: atendiendo a la preservación medioambiental del litoral asturiano y a las villas costeras que se encuentran en él como hitos de referencia.
- Turismo rural: atendiendo a la oferta de Asturias y su condición de cuna del turismo rural en España incluyendo como referencias de calidad las marcas Casonas Asturianas y Aldeas - Asturias Calidad Rural -.
- Turismo industrial: atendiendo a la singularidad del legado patrimonial industrial asturiano que va tanto desde la minería a la siderurgia como a los procesos productivos de carácter preindustrial (mazos, fraguas, ferrerías) y a los vinculados con la transformación agroalimentaria.
- Turismo activo y deportivo: atendiendo a las posibilidades que ofrece Asturias para la práctica del turismo deportivo y de aventura con más de 50 modalidades autorizadas haciendo especial hincapié en las que se desarrollan en espacios naturales.



Asturias
paraíso natural

d) Deberá atender a las posibilidades de disfrute que Asturias ofrece durante las distintas estaciones del año.

e) Deberá responder, en términos de contenido y mensaje a las particularidades de cada uno de los mercados donde se realice, tanto en idiomas como en cualquier otro aspecto que sea necesario para alcanzar el objetivo de este contrato, atendiendo en la medida de lo posible al mantenimiento de una imagen creativa unitaria.

f) Deberá ser planteada en términos de facilidad de integración plataforma digital y perfiles de redes sociales de Turismo de Asturias sin que afecte a cuestiones clave como: accesibilidad, estructura, cambios en perfiles, etc.

g) El mensaje deberá adaptarse al lenguaje propio de cada soporte y de cada mercado.

3.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

3.1.- SERVICIOS

La empresa adjudicataria deberá prestar los siguientes servicios:

- Idea creativa, diseño y producción de la campaña para su aplicación en los siguientes medios:
 - Prensa
 - Internet
 - Radio
 - Televisión
 - Soportes de publicidad exterior
 - Plataforma web turismoasturias.es y sus perfiles de redes sociales
 - Publicaciones turísticas de Asturias (A efectos meramente informativos, el catálogo de publicaciones 2016 de la SPGP se encuentra a disposición en la siguiente dirección: <https://www.turismoasturias.es/organiza-tu-viaje/folletos>)

Corresponderá al adjudicatario gestionar la compra de derechos y la obtención de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares, que se requieran para la ejecución del servicio.

La propuesta incluirá plazos y costes de producción de dichas creatividades.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por parte de la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias (SPGP) cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias para el óptimo desarrollo de la campaña.

3.2.- MEDIOS Y FORMATOS



Asturias
paraíso natural

La empresa deberá presentar aplicación de la creatividad a los siguientes medios y formatos:

A) Una de cuña de radio de 20 segundos y otra con una versión de 10 segundos, con destino básicamente al mercado nacional y autonómico.

B) Originales gráficos para prensa en los siguientes formatos:

- 210x297 mm
- Faldón
- Robapáginas

C) Originales de diseño de publicidad exterior en los siguiente formatos:

- MUPI
- Senior
- Valla
- Aplicación genérica para autobús

D) Originales de diseño de publicidad en internet en los siguientes formatos:

- Skin (tematización de plataforma)
- 300x300
- 900x100

E) Originales de diseño de Aplicaciones para RRSS:

- 10 gifs animados
- 10 Memes
- 6 microvídeos

F) Originales de Vídeo para Televisión:

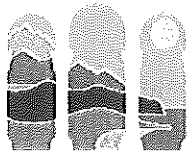
- Spot de 20 segundos
- Spot de 10 segundos

Deberán presentarse versiones partiendo de una matriz 4K en distintas calidades requeridas desde formato cine a plataformas digitales, estando contempladas dentro de las prestaciones siete adaptaciones a distintos formatos de cada uno de ellos.

G) Propuesta de aplicación integrada para la web turismoasturias.es y sus perfiles en redes sociales.

Todos y cada uno de los medios y formatos definidos entre los puntos A) a E) deberán estar ajustadas a cada uno de los mercados a los que se dirijan y que se encuentran definidos en el apartado 2) *Alcance del servicio*.

H) Matrices para las publicaciones turísticas de carácter temático elaboradas desde la SPGP y que se corresponden con un total de 15. El término “matrices” se corresponde con la guía de estilo y formato de las 15 que conformarán el plan de publicaciones turísticas, incluyendo todo lo necesario para el correcto desarrollo del mismo (tamaño, portada y contraportada, tipografías de interior, tipografías de exterior, papel interior, papel exterior, barniz, etc. Junto a ellas deberán entregarse



Asturias
paraíso natural

la guía de estilo y formato para 6 posters de destino que se distribuirán en acciones de promoción turística realizadas por la SPGP.

Las propuestas definidas en los puntos B y C de este apartado, deberán responder a las siguientes variantes y número de gráficas:

- Turismo de naturaleza: tres gráficas
- Turismo Rural: dos gráficas
- Costa y villas marineras: dos gráficas
- Caminos a Santiago: dos gráficas
- Turismo cultural: dos gráficas
- Turismo urbano (ciudades de Asturias): tres gráficas
- Turismo activo y deportivo: dos gráficas
- Turismo gastronómico: dos gráficas
- Turismo industrial: dos gráficas

Las empresas podrán incluir en sus proposiciones las acciones y medios complementarios que consideren oportuno desarrollar y que contribuyan a la difusión y eficacia de los mensajes de campaña.

La SPGP se reserva el derecho de realizar modificaciones a la propuesta de creatividad inicialmente presentada cuando entienda que se hacen necesarias, siempre y cuando no suponga incremento del precio de adjudicación.

En Gijón, a 17 de octubre de 2016

LA JEFA DEL ÁREA DE MARKETING TURÍSTICO

Fdo.: Cristina Álvarez Solís