MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN REVISTAS ESPECIALIZADAS Y EN AUTOBUSES DE LA EMT, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO CÓRDOBA.

1. OBJETO Y MEMORIA JUSTIFICATIVA.

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO CÓRDOBA A NIVEL NACIONAL, según los siguientes lotes:

Lote 1: Revistas especializadas
Lote 2: Autobuses de la EMT (Madrid)

Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel nacional a través de la transmisión continua de información turística en medios de comunicación y la emisión de mensajes publicitarios alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Se persigue la desestacionalización del turismo fuera de los periodos vacacionales tradicionales de temporada alta, sin perjuicio de la realización de campañas de comunicación específicas con motivo de acontecimientos y eventos de transcendencia o reclamo turístico, segmentos o productos turísticos específicos.

El ámbito principal de actuación de estas acciones es Andalucía, ya que del 51,6% de los desplazamientos turísticos nacionales generados son realizados por los propios residentes en Andalucía, lo que supone el núcleo central del público objetivo al que dirigir esta información a fin de proporcionarles herramientas que faciliten su toma de decisión a la hora de realizar un viaje.

También tiene importancia la comunicación a nivel nacional a fin de establecer un contacto continuo con el resto de potenciales turistas a la región durante todo el año.

Otros objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Generar notoriedad de la marca turística Córdoba a través de los diferentes formatos publicitarios utilizados.

- Reforzar las campañas de comunicación genéricas y de temporada llevadas a cabo a lo largo del año.

- Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de campaña

2.- CONTENIDO.

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Las acciones de comunicación se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Madrid y a nivel nacional.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

Las empresas adjudicatarias de cualquiera de los lotes tendrán información cumplida de cuáles son los grupos de los públicos objetivos en cada momento, con la antelación suficiente para elaborar la planificación de soportes.

2.2.- Objetivos y mensajes:

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por Turismo y Deporte de Andalucía.

2.3.- Periodo de campaña:

- Revistas especializadas: **Noviembre 2023**
- Autobuses EMT Madrid: **Noviembre 2023**

Las empresas adjudicatarias recibirán con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas.

3.-TRABAJOS A REALIZAR.

3.1.- Planificación, reserva y compra de espacios publicitarios (Revistas especializadas y autobuses).

3.2.- Mediación y cursado a los distintos soportes de las acciones de comunicación que se vayan a realizar.

3.3.- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación, y post-acción en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada, pudiendo solicitar por parte del responsable del contrato información de seguimiento durante el desarrollo de las acciones.

3.4.- Distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación, en aquellos casos en que se requiera.

Málaga, 15 de septiembre de 2023