



PLIEGOS DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA COSTA DEL SOL Y CÓRDOBA COMO DESTINOS TURÍSTICO DE PRIMER ORDEN DE ANDALUCÍA MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

Expediente: C101-06CR-0418-0036

Título: PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA COSTA DEL SOL Y CÓRDOBA COMO DESTINOS TURÍSTICO DE PRIMER ORDEN DE ANDALUCÍA.

Código CPV: 79341000

MEMORIA JUSTIFICATIVA

Con el objeto de incrementar la llegada de visitantes del territorio nacional (principal mercado emisor hacia Andalucía) hacia la comunidad en general:

- 1.- Hacia Córdoba en particular, se pone en marcha una campaña en las pantallas con las que cuentan los trenes AVE en sus recorridos de Madrid a Barcelona, a Málaga y a Sevilla, de Sevilla a Barcelona y Valencia y de Barcelona a Málaga (lote 1)
- 2.- Hacia la Costa del Sol en particular, se pone en marcha una campaña en aquellos soportes publicitarios más relevantes con los que cuenta en AVE en algunas de sus principales estaciones de tren (Madrid, Barcelona y Zaragoza), además de la estación de trenes de Bilbao.(lote 2).

SEGUNDA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.

Contratación de una agencia de medios para la planificación, gestión y compra de espacios publicitarios.

La prestación de servicios consistirá en la contratación de los espacios publicitarios y servicios anexos que se detallan a continuación en las diferentes estaciones AVE, para difundir la imagen de campaña, incluyendo todos los trabajos necesarios para llevarlo a cabo (alquiler de espacios, producción, etc.):

La creatividad y producción de todos los elementos audiovisuales correrán a cargo de **Turismo y Deporte de Andalucía** de acuerdo con la imagen de las campañas en vigor. Los envíos y transportes de materiales correrán a cargo de las empresas adjudicatarias.

La producción de otros materiales necesarios para el desarrollo de la acción se encuentra incluida en el presupuesto de licitación.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por **Turismo y Deporte de Andalucía** cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el buen fin de la campaña de promoción.



PLAN DE MEDIOS

A.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.

- Madrid /Barcelona /Bilbao/Zaragoza/Valencia

B.- PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN

- Lote 1 Patronato de Córdoba:
 - Del 1 al 15 de octubre
- Lote 2 Patronato de la Costa del Sol
 - Del 8 de octubre al 4 de noviembre
 - Del 5 de noviembre al 2 de diciembre

C.- PÚBLICO OBJETIVO

- Usuarios de tren de cada una de las provincias solicitadas

D- TÁCTICA DE MEDIOS:

La prestación de servicios consistirá en la contratación de los espacios publicitarios y servicios anexos que se detallan a continuación en las diferentes estaciones AVE, para difundir la imagen de campaña, incluyendo todos los trabajos necesarios para llevarlo a cabo (alquiler de espacios, producción, etc.):

LOTE 1: Del 1 al 15 de octubre

SOPORTE	CIRCUITO
CANAL TREN - CIRCUITO NACIONAL	Madrid – Sevilla (36 trenes)
	Madrid – Barcelona (56 trenes)
	Madrid – Málaga (24 trenes)
	Sevilla – Barcelona (4 trenes)
	Sevilla- Valencia (2 trenes)
	Barcelona – Málaga (4 trenes)

LOTE 2:

1ª OLEADA	8 OCTUBRE AL 4 DE NOVIEMBRE
MADRID - PTA ATOCHA	VIDEOWALL JARDIN TROPICAL 7X4
BARCELONA - SANTS	VIDEOWALL BARNA AVE 5X5
BILBAO - ABANDO	VINILO CRISTALERA VESTIBULO
	SOPORTES DIGITALES 70"



ZARAGOZA	SOPORTES DIGITALES 70"
2ª OLEADA	5 NOVIEMBRE AL 2 DE DICIEMBRE
MADRID - PTA. ATOCHA	VIDEOWALL JARDIN TROPICAL 7X4
	VINILO PASARELA LLEGADAS
	SOPORTES DIGITALES 70"
BARCELONA - SANTS	VIDEOWALL BARNA AVE 5X5
	SOPORTES DIGITALES 70"
BILBAO - ABANDO	VINILO CRISTALERA VESTIBULO
	SOPORTES DIGITALES 70"
ZARAGOZA	SOPORTES DIGITALES 70"
VALENCIA - JOAQUÍN SOROLLA	SOPORTES DIGITALES 70"

E.- PRESUPUESTO POR LOTES

LOTE 1 CÓRDOBA:

Máximo: 16.942,14/ **Mínimo:** 16.095,03

LOTE 2 COSTA DEL SOL:

Máximo: 144.627,40 / **Mínimo:** 137.396,68

G.- ESTRATEGIA DE MEDIOS

Aquella que permita generar un mayor número de contactos, lograr un mayor grado de afinidad con el público objetivo de campaña y obtener mayor presión en términos de Grp y cobertura.

H.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La agencia ganadora deberá presentar informes de seguimiento con el fin de garantizar que los objetivos iniciales se están cumpliendo así como un informe final donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos han sido cumplidos.