

Ronda de Azkue, 1
Barakaldo. 48902-Bizkaia
Tel.: +34 94 404 00 00
Fax: + 34 94 404 00 01
E-mail: bec@bec.eu
Web: www.bec.eu



EXPOSSIBLE!

**Pliego de prescripciones técnicas que rigen
el concurso convocado por Bilbao Exhibition Centre, s.a.
para adjudicar mediante procedimiento abierto el contrato de
servicios de Agencias de Publicidad**

Bilbao Exhibition Centre, S.A.

Índice

1. Objeto del contrato.....	3
2. Lotes de la licitación	3
3. Certámenes y comunicación institucional	3
3.1. Ferias y otros eventos	3
3.2. Área institucional	4
4. Público objetivo de las campañas	4
5. Propuesta técnica y profesional	5
5.1. Propuesta técnica y profesional vinculada al contrato	5
5.2. Planificación o desarrollo de trabajo	5
5.3. Diseños, prototipos, folletos y propuestas de elementos promocionales diversos	6
5.4. Relación de recursos humanos	6
5.5. Partidas a subcontratar	6
5.6. Instalaciones técnicas	6
5.7. Acuerdos, concesiones y patentes	7
6. Presentación de proyectos y prototipos	7
6.1. Material y medios en la presentación de proyectos	7
6.2. Premisas de la presentación	7
7. Equipo de trabajo	8
7.1. Gerente del contrato	8
7.2. Responsable de cuenta	8
7.3. Alteraciones del equipo humano	9
8. Criterios sometidos a juicio-valor	9
8.1. Criterios y sus puntuaciones	9
8.2. Conceptualización de la campaña	9
8.3. Desarrollo de formatos creativos	9
8.4. Planificación de medios y acciones promocionales	9
9. Datos de referencia	9
10. Ficha técnica del lote I: “Biemh”	11
11. Ficha técnica del lote II: “BeDigital”	12
12. Ficha técnica del lote III: “ExpoVacaciones”	14

1. Objeto del contrato

BEC precisa los servicios de una o varias agencias de publicidad que asuman el diseño de imagen y creación gráfica para las campañas de los diferentes eventos, la gestión de medios y otros servicios publicitarios adicionales realizando propuestas de mejora e innovación. Así mismo, se requiere el apoyo en el plan de comunicación corporativo e institucional de BEC, con el fin de trasladar con coherencia el posicionamiento estratégico de la entidad en una línea creativa global e integrada.

Los bloques principales sujetos a contratación tanto para el trabajo de marca de evento como el corporativo son los siguientes:

- (i) Conceptualización de campañas: creación del concepto creativo base para su aplicación a los diferentes formatos publicitarios. Diseño y creación publicitaria - gráfica y digital- de las piezas necesarias para la óptima ejecución de las mismas.
- (ii) Realización e impresión de elementos publicitarios diversos: cartel, folletos comerciales, banners, animaciones, creación de copys para anuncios, locuciones de radio, etc.
- (iii) Gestión de medios. Planificación estratégica, asesoramiento y contratación de las campañas para expositores, congresistas y visitantes. Seguimiento, medición, análisis de resultados y ajustes si éstos se consideraran necesarios. Uso de revistas y plataformas sectoriales especializadas, prensa económica, medios de información general, principalmente.

2. Lotes de la licitación

Los servicios se dividirán en tres (3) lotes diferenciados por áreas/certámenes:

- Lote 1: BIEMH-Bienal Internacional de Máquina-Herramienta, Steel Tech y World Maritime Week.
- Lote 2: +Industry (plataforma global que integra seis ferias industriales: Addit3d, BeDigital, Industry Tools by Ferroforma, Maintenance, Pumps&Valves y Subcontratación).
- Lote 3: Publicidad institucional (incluye Bec Convenciones y Eventos y Bizkaia Arena), ferias de público (Biocultura, Celebra, Expovacaciones, Gustoko, PIN y Tendencias Creativas) y Egurtek, Foro Internacional de Arquitectura y Construcción en Madera.
-

Se procederá a la contratación de una agencia para la prestación del servicio de cada uno de los lotes. Las agencias podrán presentarse a los tres lotes ofertados.

3. Certámenes y comunicación institucional

3.1. Ferias y otros eventos

Bilbao Exhibition Centre desarrolla a lo largo del año un calendario completo de eventos profesionales y de público en el que conviven citas clásicas, cuyas marcas son reconocidas

nacional e internacionalmente en su sector, y eventos de reciente creación en formatos diversos.

En el calendario hay ferias y eventos que se celebran con periodicidad anual y bienal. Por perfil de participantes se diferencia entre certámenes exclusivamente profesionales, B2B (Biemh, +Industry, World Maritime Week, Egurtek, Steel Tech...), eventos abiertos al público general (Celebra, PIN, BioCultura...) y convocatorias mixtas, que contemplan horarios de acceso exclusivamente para profesionales y otros abiertos al público (Gustoko, ExpoVacaciones); véase el apartado “Datos de referencia”.

En este apartado, se trabajará en un concepto o mensaje principal de campaña para cada edición, que podría complementarse en función de los objetivos comerciales. El equipo de comunicación de BEC trabajará directamente con la agencia, facilitando el “briefing” y siendo el interlocutor hasta la celebración del evento.

En el apartado “Datos de referencia”, se detallan los certámenes y presupuestos que servirán de referencia para la licitación, con carácter meramente indicativo y sin que por tanto se cree obligación alguna para BEC.

3.2. Área institucional

Bilbao Exhibition Centre es un motor de desarrollo socioeconómico de primer orden, dinamizador del tejido empresarial, asociativo y social al que orienta sus servicios brindando oportunidades de ocio, negocio e intercambio de conocimiento.

Su plan estratégico define los principales valores sobre los que deberá articularse la comunicación en el ámbito corporativo (incluyendo actividad de BEC Convenciones y Eventos y Bizkaia Arena), que se ajustarán en función de la campaña, el contexto y los grupos de interés a los que esté dirigida. La agencia apoyará en el diseño e implementación de acciones que maximicen la visibilidad de los compromisos enmarcados en esta área.

4. Público objetivo de las campañas

Bilbao Exhibition Centre se vincula a diferentes públicos objetivos, sobre los que debe impactar con sus acciones de comunicación para cubrir todos los ámbitos que requiere el desarrollo pleno de su actividad y el cumplimiento de su misión:

1. Agentes sociales y económicos directamente relacionados con la actividad propia de BEC: agrupaciones sectoriales, empresas con perfil expositor, visitantes, profesionales de sectores diversos, medios de comunicación, congresistas, patrocinadores, promotores, etc.
2. Instituciones públicas y privadas, así como otros líderes de opinión del País Vasco, comunidades limítrofes, resto del Estado Español y ámbito internacional, para el desarrollo de alianzas e implicación en proyectos de interés común.

5. Propuesta técnica y profesional

La propuesta técnica constará de dos (2) partes:

- 1º. Propuesta técnica en sí misma que deberá procesarse o presentarse a través de la Plataforma de contratación pública de Euskadi. Los formatos que dicha Plataforma acepta pueden ser consultados en el Pliego de condiciones administrativas particulares o en el teléfono de ayuda que allí figura. Este contenido será la propuesta, que no podrá ser completada ni alterada en caso alguno.
- 2º. Presentación de la propuesta, que consistirá en la proyección de la misma con presencia de un representante del candidato. Esta exposición o presentación de dicha propuesta será llevada a cabo presencialmente en BEC, sin la cual el candidato será descalificado para el lote del que no compareciera.

Aspectos a tener en cuenta en las Propuestas técnicas:

- Las propuestas técnicas deberán EVITAR la referencia a cualquier dato puntuable mediante fórmula o tabla que forme parte de los Cuadros de licitación –anexo al Pliego administrativo– o “sobre C”. La mera inclusión o deducción de dichas ofertas o contenidos en la propuesta técnica –o “sobre B”– será causa de descalificación de la candidatura.
- Al ser confeccionada la propuesta, deberá tenerse en cuenta las limitaciones y condicionantes de la posterior exposición o presentación.
- Cada propuesta, lo mismo de los sobres A y C –de acreditación y solvencia y ofertas, puntos 15 y 17 de la Carátula–, deberá referirse a un solo lote; esto es, los candidatos deberán presentar plicas o propuestas diferentes para cada lote, como si de empresas distintas se tratase.

5.1. Propuesta técnica y profesional vinculada al contrato

Cada candidatura deberá presentarse de forma ordenada y enumerada a modo de índice, y se acompañará de la siguiente documentación y pruebas técnicas o profesionales, siempre y exclusivamente referidas al objeto del contrato y para cada una de las campañas propuestas en las “Fichas técnicas”:

- a) Planificación o desarrollo de trabajo.
- b) Diseños, prototipos folletos y propuestas de elementos promocionales diversos.
- c) Relación de recursos humanos.
- d) Partidas objeto de subcontratación.
- e) Equipos técnicos y programas específicos del objeto del contrato.
- f) Principales suministros, servicios o trabajos similares.

Las aperturas de propuestas de BEC son transmitidas vía URL o “streaming”; es nuestra costumbre mostrar en dicha transmisión el índice que presenta cada propuesta, por lo que resulta recomendable que dicho índice se presente al inicio de la propuesta.

5.2. Planificación o desarrollo de trabajo

Con los datos aportados en el documento o archivo denominado “Fichas técnicas”, deberá diseñarse una propuesta de campaña para el trabajo de marca propuesto. La “Ficha técnica” que deberá incluirse en la propuesta será exclusivamente la correspondiente a dicho lote.

Dicha propuesta de campaña hará referencia no sólo a los medios, plazos, planificación o desarrollo de trabajo y detalles técnicos, sino a los presupuestos globales de cada una de dichas campañas, tal y como si se tratase de una propuesta definitiva a BEC como cliente, sin mencionar importe alguno que desvele ofertas correspondientes al sobre C.

Deberán tenerse en cuenta los límites de cada propuesta a presentar según los “Datos de referencia” que se encuentran al final de estas Prescripciones técnicas.

5.3. Diseños, prototipos, folletos y propuestas de elementos promocionales diversos

Los diseños, prototipos y descripciones de productos serán requisito imprescindible de las propuestas solicitadas. Se incluirán en este apartado prototipos, diseños, folletos, elementos publicitarios diversos, descripciones, campañas de publicidad y/o promoción, etcétera que se hubiesen diseñado como propuesta.

5.4. Relación de recursos humanos

Deberá tenerse en cuenta para el desarrollo de este apartado lo que se indique en “Equipo de trabajo”.

En cualquier caso, este apartado se dedicará a la descripción de los recursos humanos dedicados a las campañas propuestas, citándose los perfiles, currículos y experiencia que sería requerida para realizar cada propuesta. Cualquier referencia de interés social referido a los recursos humanos propuestos deberá ser destacada en el presente apartado de la propuesta y capacitación.

5.5. Partidas a subcontratar

El candidato especificará las partidas que habrían sido objeto de subcontratación para la campaña, así como las empresas subcontratadas que se vincularán a ella en caso de resultar adjudicatario. Las partidas, fases o tareas a describir como subcontratadas serán cualesquiera diferentes a las meramente accesorias a la producción de los suministros o prestaciones de los servicios objeto del contrato.

Cuando así proceda, el licitador deberá incluir junto en su propuesta, con clara diferenciación, del resto de apartados:

- a) Memoria propia de cada subcontrata que haga referencia a los mismos apartados exigidos en la propuesta técnica y profesional que afectan a su intervención en el proyecto. Alternativamente y cuando quede perfectamente delimitada la fase de actuación de cada una, podrá presentar declaración firmada y sellada de cada subcontrata asumiendo la planificación o desarrollo y plazos propuestos por el licitador.
- b) Solicitud y documentación para ser homologada por BEC (Acreditación o Capacitación) probando su solvencia económica y financiera y firmando la declaración de prevención de Riesgos Laborales (anexo Coordinación de actividades empresariales).

En todo caso, deberá quedar perfectamente claro qué será lo que cada subcontratada realizaría en el contexto de la propuesta y de qué se ocupará el licitador sin mediar subcontratación, así como los documentos correspondientes a unas y otra.

5.6. Instalaciones técnicas

Entre las instalaciones técnicas figurarán los equipos, programas y demás recursos técnicos que se hubieran precisado para llevar a cabo la campaña propuesta.

5.7. Acuerdos, concesiones y patentes

En el caso en que el candidato considerase que cuenta con acuerdos, patentes y concesiones que representan una ventaja sobre los métodos, plazos o costes de elaboración y campaña. Sin embargo, este apartado se refiere a la empresa misma, no siendo preciso citarlos en cada caso de los tres propuestos.

6. Presentación de proyectos y prototipos

6.1. Material y medios en la presentación de proyectos

No se autorizará la inclusión de material alguno en la Presentación de proyectos y prototipos. **Lo único que cada licitante podrá disponer en dichas presentaciones será propuesta realizada a través de la Plataforma de contratación pública de Euskadi y sus anotaciones personales**, sin que estas últimas sirvan para otra cosa que para dicha presentación, sin aportarlas al proceso de valoración en caso alguno.

Tampoco se aceptará mostrar carteles, esquemas o cualquier otro elemento a la Comisión de compras o Equipo de evaluación excepto las propias imágenes de lo que hubiera sido presentado en la Plataforma de contratación pública de Euskadi. Queda, por tanto, prohibido acudir a la presentación con cualquier material a mostrar a los evaluadores.

6.2. Premisas de la presentación

La presentación oral de los proyectos técnicos se guiará por las premisas siguientes:

1. La presentación o exposición consistirá en la explicación de la campaña, de los contenidos aportados en la propuesta técnica y respuesta a las preguntas que la Comisión de compras o Equipos de evaluación nombrados efectúen. Será preceptiva la exposición oral de diseños, prototipos, muestras y elementos o descripciones relativas a la propuesta solicitadas en el anexo "Fichas técnicas".
2. Bajo ningún concepto podrá el licitador aportar, retirar o modificar elemento alguno de su propuesta técnica inicial. Será BEC quien ponga a su disposición un ordenador y la propuesta recibida para dicha presentación, no debiendo valerse de nada salvo las propias anotaciones que, en caso alguno, serán aportadas a lo ya procesado en la Plataforma de contratación pública de Euskadi.
3. La presentación será llevada a cabo en el propio recinto de BEC, que será parte de la propuesta de licitación y se considerará por no presentada aquella licitación que no la hubiera completado de la manera prevista y, por tanto, tenida su plica por no presentada.
4. Dispondrá cada candidato de un máximo de 30 minutos de exposición.
5. Si bien la presentación en sí no será el objeto de valoración, servirá la misma para otorgar los puntos correspondientes a la propuesta de la que se trate.

Los Equipos de evaluación o, en su defecto, la Comisión de compras, citará a cada licitador considerado apto a una presentación o exposición de sus proyectos. Esta presentación se producirá con posterioridad a la apertura de la documentación sujeta a juicio-valor, llamada también, apertura técnica, que será emitida vía "streaming" o URL. Dichas citan, al menos, serán publicadas a través de la Plataforma de contratación pública de Euskadi y a las direcciones de correo electrónico que a tales efectos hubiera facilitado cada candidatura.

7. Equipo de trabajo

La propuesta debe recoger la relación de medios personales y materiales que el adjudicatario deberá utilizar en la prestación de los servicios, su planificación y modo de ejecución.

Los servicios serán prestados por el adjudicatario utilizando el equipo profesional y humano recogido en su oferta, incluyendo características, currículos y experiencia que considere adecuada o requerida a los efectos previstos. En los casos de subcontratación, deberá hacerse constar dicha posibilidad en el correspondiente apartado de la propuesta.

Los acuerdos o contratos denominados “free lance” deberán hacerse constar como tales, no como plantilla del candidato.

Con independencia del equipo dedicado a las tareas propias del objeto del contrato, deberán los adjudicatarios nombrar las personas que desarrollarán las tareas que se indican a continuación.

7.1. Gerente del contrato

El adjudicatario deberá nombrar un responsable o Gerente del contrato competente en la materia objeto del servicio que actuará como interlocutor válido ante BEC. Será en quien recaerá la entrega de la relación del personal afecto al contrato con BEC y cualesquiera a las que este pliego se refiere.

Una vez iniciada la prestación de los servicios, el adjudicatario entregará a BEC para su aprobación, detalle de cada alteración de jefes o encargados de su personal. La declaración indicará la identidad, función, capacitación profesional y teléfono de contacto del nuevo miembro con quince (15) días de antelación al inicio de sus funciones.

Deberá acreditar una experiencia mínima que asegure el pleno conocimiento de su tarea y equipo, de su empresa y sistemas de trabajo y una formación exhaustiva para servicios de las mismas características. Contará con capacidad de reacción y de actuación inmediata ante una emergencia manteniendo durante su celebración un encargado o persona delegada con capacidad de decisión suficiente que será responsable de la correcta organización y prestación de los servicios por su personal dependiente y de la observancia de la normativa aplicable.

El Gerente del contrato podrá nombrar un Responsable de Cuenta, si bien será el propio Gerente quien asuma dichas funciones en su ausencia o hasta la aceptación de BEC del designado.

7.2. Responsable de cuenta

Estará disponible y localizable en todo momento del horario de comienzo y finalización del trabajo o servicios planificados y en cualquier situación que por su relevancia y alcance sea requerido.

Las labores a desarrollar del Responsable de cuenta serán aquellas que, dentro del marco natural del contrato, le sean encomendadas. Entre otras, se señalan las siguientes:

- a) Contacto principal en los casos de incidencias de carácter urgente o emergencias.
- b) Responsable de la coordinación y supervisión de todos los trabajos que realicen los diferentes grupos de trabajo.
- c) Control y seguimiento de las actividades contratadas.
- d) Liderazgo en el análisis de las posibles mejoras que sean susceptibles de realizar en la programación de tareas.

7.3. Alteraciones del equipo humano

BEC podrá exigir al adjudicatario la retirada inmediata de los miembros de su personal que considere que desarrollen un comportamiento incorrecto o negligente en la prestación de los servicios.

8. Criterios sometidos a juicio-valor

Este apartado se refiere al desglose de los aspectos, perspectivas o subcriterios en los que se basarán las puntuaciones a conceder sujetas a juicio-valor.

Deberán ser tenidos en cuenta a la hora de confeccionar su proyecto, y desprenderse de él la información clara y suficiente para optar a dichas puntuaciones.

8.1. Criterios y sus puntuaciones

Las valoraciones sujetas a juicio-valor se puntuarán según se indica:

- a) Conceptualización de la campaña, 60%:
 - Capacidad de adaptación del concepto creativo, 30%.
 - Ejecución visual, 30%.
- b) Desarrollo de formatos creativos: 15%.
- c) Planificación de medios y acciones promocionales: 25%.
 - Planificación y promoción a nivel local: 15%.
 - Nivel nacional e internacional: 10%.

Estos criterios serán aplicables a todos y cada uno de los lotes.

8.2. Conceptualización de la campaña

Se valorará la calidad y originalidad de la idea creativa y su capacidad para distinguir la marca y trasladar de forma efectiva a sus seguidores/clientes la propuesta de valor del evento/producto.

La ejecución visual adecuada del concepto y la elaboración de mensajes o claims de campaña relacionados con él.

8.3. Desarrollo de formatos creativos

Se refiere a los anuncios, folletos y elementos promocionales propuestos.

Se valorará la capacidad de adaptación del concepto creativo a las diferentes piezas de campaña, en formato print y digital, manteniendo una línea global e integrada: personalización de anuncios y otros soportes, versatilidad en los mensajes, adecuación a entornos.

8.4. Planificación de medios y acciones promocionales

Se valorará la adecuación de los medios y acciones a los intereses estratégicos de campaña y sus distintos públicos, potenciales clientes. Selección de canales y acciones, definición de enfoque y objetivos, y distribución porcentual del presupuesto.

9. Datos de referencia

Datos de referencia y antecedentes presupuestarios: El periodo de referencia es el bienio, plazo en el que se cumple el ciclo completo de certámenes y eventos que desarrolla BEC.

La tabla de datos debe tomarse como mera referencia y para la confección de proyectos exigidos en la Ficha técnica.

Estas cifras aproximadas corresponden a las campañas de cada certamen:

Certamen o campaña	Cadencia	Lote N°	Pares	Impares	Bienio	Lote 1	Lote 2	Lote 3
BIEMH	Bienal	1	193.800		193.800	193.800		
Steel Tech	Bienal	1		15.300	15.300	15.300		
World Maritime Week	Bienal	1		20.400	20.400	20.400		
BeDigital	Anual	2	7.650	7.650	15.300		15.300	
Addit3D	Anual	2	5.950	5.950	11.900		11.900	
Subcontratación	Bienal	2		59.500	59.500		59.500	
Industry Tools by Ferroforma	Bienal	2		140.250	140.250		140.250	
Pumps & Valves	Bienal	2		8.500	8.500		8.500	
Maintenance	Bienal	2		8.500	8.500		8.500	
Celebra	Anual	3	15.300	15.300	30.600			30.600
ExpoVacaciones	Anual	3	25.500	25.500	51.000			51.000
BEC-Institucional	Anual	3	15.300	15.300	30.600			30.600
PIN	Anual	3	11.900	11.900	23.800			23.800
BioCultura	Bienal	3	11.900		11.900			11.900
Egurtek	Bienal	3		21.250	21.250			21.250
Gustoko	Bienal	3	29.750		29.750			29.750
	Sumas		317.050	355.300	672.350	229.500	243.950	198.900

Las columnas referidas a los lotes hacen referencia a bienios

Posibles nuevos certámenes profesionales se incorporarán al Lote I y certámenes de público al Lote III

Para dichas estimaciones se han tomado los años 2023 a 2027 debido a que, las de 2022 podrían estar ya comprometidas con anterioridad a la adjudicación del concurso.

Fichas técnicas

Se adjuntan “Fichas técnicas” basadas en ediciones ya programadas en la actividad de BEC, para el diseño de cada campaña correspondiente. Cualquier propuesta de acción que no se derive de la ficha técnica, tendrá que argumentar las razones de su inclusión y los objetivos perseguidos.

10. Ficha técnica del lote I: “Biemh”

1. DESCRIPCION GENERAL

BIEMH es la feria de máquina-herramienta y fabricación avanzada internacional del país. Su posicionamiento es, sin duda, de evento líder en el sector de la fabricación.

Sus aspectos diferenciadores son la presencia de máquina grande en funcionamiento, así como componentes, herramientas, robótica, con continuas demostraciones en los stands, su oferta vinculada la fabricación avanzada e industria 4.0, con digitalización de procesos en vivo y en directo durante cinco días, y el perfil internacional de expositores y visitantes.

2. FICHA TÉCNICA

Edición: 31ª Biemh

Fechas de celebración: 13-17 JUNIO 2022

Perfil Visitante: Profesional del sector de automoción, aeroespacial y aeronáutico y auxiliar, bienes de equipo, construcciones metálicas, generación de energía, electrodoméstico y menaje, ferroviario, subcontratación en trabajos de arranque y de chapa, moldes y matrices, gas oil, etc.

Perfil Expositor: Maquinaria de arranque; Maquinaria de deformación; Maquinaria de corte y oxicorte; Equipos para tratamiento de superficies; Herramientas para m-h; Componentes para m-h; Accesorios para M-H; Metrología; Software para procesos de fabricación; Automatización de procesos; Manipulación de piezas; Robótica; Soldadura; Materiales y productos químicos; Servicios para empresas.

Organiza: Bilbao Exhibition Centre y AFM (Advanced Manufacturing Technologies).

Colabora: AIMHE.

Periodicidad: Bienal.

Carácter: Profesional.

Ámbito: Internacional.

3. ELEMENTOS PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Diseño de imagen/es del certamen (posibilidad de utilizar varias versiones en función de los públicos).

Folleto o presentación comercial.

Planificación de campaña de promoción de expositores en circuitos especializados.

Planificación de campaña de promoción de visitantes: canales, acciones, propuesta de uso de elementos diversos on/off, branded content...

11. Ficha técnica del lote II: “BeDigital”

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Dirigido a la aplicación industrial de las tecnologías digitales.

Bajo un formato práctico que combina Zona Congreso + Expositiva, es el punto de encuentro entre los facilitadores de las herramientas de digitalización y las empresas industriales usuarias y potenciales usuarias de estas herramientas.

El objetivo del certamen, es ayudar a alcanzar un nivel de madurez digital en las industrias que les permita lograr una transformación digital industrial óptima, con el fin de sacar el máximo potencial tecnológico y ser más innovadoras, productivas y eficientes.

2. FICHA TÉCNICA

Edición: 4ª

Fechas celebración: 13-17 JUNIO 2022

Horario de celebración: de 9,30 a 18,00h.

Lugar de celebración: Bilbao Exhibition Centre

Organizadores: AFM, Advanced Manufacturing Technologies y Bilbao Exhibition Centre

Carácter: Profesional

Ámbito: Internacional

Perfil del participante: Consultorías, asesorías, TIC, empresas fabricantes y distribuidoras de software, informática y soluciones, desarrolladores, centros tecnológicos...

Perfil del visitante: Directores y responsables de IT, digitalización, producción, áreas informáticas y software, I+D+I, logística, compras, finanzas, ventas, rrhh, gestión. Gerentes y propietarios. Operaciones.

Sectores participantes:

- Big data & Analytics
- Inteligencia Artificial
- Cloud Computing & Services
- Ciberseguridad
- Realidad Aumentada / Realidad Virtual
- Internet of Things. – IoT
- Blockchain
- Hardware
- Soluciones de software (CRM, ERP, ...)
- Ingeniería de Software – DevOps
- Servicios de Ingeniería Industrial
- Telecomunicaciones
- Tecnologías de la información
- Robótica

Sectores visitantes:

- Automoción
- Aeronáutica / Aeroespacial
- Energía y utilities
- Siderurgia
- Ingenierías eléctrica y electrónica

- Oil & Gas
- Ingenierías, construcción de plantas industriales
- Transporte e Infraestructuras
- Metalurgia
- Ferroviario
- Bienes de equipo
- Químico
- Petroquímico
- Industria auxiliar fabricante de piezas y componentes

3. ELEMENTOS PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Diseño de imagen/es del certamen (posibilidad de utilizar varias versiones en función de los públicos)

Folleto o presentación comercial, programa jornadas

Planificación de campaña de promoción de expositores en circuitos especializados

Planificación de campaña de promoción de visitantes: canales, acciones, propuesta de uso de elementos diversos on/off, branded content...

12. Ficha técnica del lote III: “ExpoVacaciones”

1. DESCRIPCIÓN GENERAL Y OBJETIVOS

EXPOVACACIONES es un Certamen anual de Promoción Turística Generalista, dirigido al consumidor final que incorpora propuestas dirigidas a pequeños nichos de mercado segmentados en base a gustos de los consumidores.

El objetivo principal es un crecimiento mediante el desarrollo de estos nichos, tanto desde el punto de vista de la oferta expositiva como de la demanda, dotándolos de una dimensión que les permita tener su propia identidad a medio plazo.

Este objetivo principal se centra en estos momentos en evolucionar las áreas SABOREA

EXPOVACACIONES (stands de venta de producto de alimentación característica de la CCAA y presentación de experiencias de turismo gastronómico) y EXPERIMENTA EXPOVACACIONES (pruebas deportivas, presentaciones de pruebas deportivas y presentaciones de turismo deportivo extremo). La edición de 2022 será la número 43.

EXPERIMENTA EXPOVACACIONES

El turismo deportivo y la aventura son los protagonistas de Experimenta Expovacaciones. Con toda la información para organizar vacaciones en función del calendario y lugar de celebración de pruebas deportivas y, además, la organización in-situ de presentaciones y actividades como la subida “Torre BEC Extreme” o el “Triatlón Indoor”, entre otros.

SABOREA EXPOVACACIONES

Área que ofrece al visitante poder disfrutar productos representativos de diferentes comunidades autónomas y encontrar la información más sabrosa para organizar vacaciones de turismo gastronómico.

2. NUEVAS LÍNEAS DE TRABAJO

Explorar las posibilidades de crear Áreas Específicas con oferta de producto en los siguientes nichos:

TURISMO PARA TODO TIPO DE PÚBLICO

Turismo LGTBI Los destinos más solicitados: playas, estancias, rutas y actividades culturales... todo para preparar las vacaciones más apetecibles.

Turismo Accesible Toda la información para organizar unas vacaciones accesibles y para todas las personas, en igualdad de condiciones.

Turismo Joven y Tiempo Libre Las alternativas más interesantes para los más jóvenes: los primeros viajes con amigos, emocionantes experiencias en Interrail, veranos solidarios cooperando con ONGs, campamentos...

Mercado Contratación: se trataría de unos B2B.

3. SECTORES PARTICIPANTES: PERFIL DE EXPOSITORES

Organismos oficiales e instituciones. · Asociaciones, federaciones, fundaciones. · Hoteles, balnearios y otros alojamientos. · Países, CCAA, regiones, municipios. · Compañías de transporte. · Agencias mayoristas/minoristas. · Camping. · Revistas, editoriales. · Zoos, parques, turismo activo. · Bancos, seguros. · Ocio y cultura (museos, festivales, etc). · Know How – Export. · Gastronomía representativa CCAA.

4. VISITANTES: PERFIL Y ÁMBITO

Se convoca a todo tipo de público, niños, jóvenes y mayores, de ambos sexos. Su procedencia es mayoritariamente local: Barakaldo, Bilbao, resto de Bizkaia y localidades limítrofes, además de Gipuzkoa, Alava, Cantabria, Burgos... Con las nuevas áreas se busca conectar con públicos más jóvenes.

Expovacaciones se dirige también a un público profesional.

5. OTROS DATOS GENERALES

Zonas especiales:

- ✓ Mai Bier Experience
- ✓ Ludoteca Be Up
- ✓ Área Deportiva (Pabellón + espacio carrera torre BEC)
- ✓ En paralelo: celebración de Caravaning

6. ELEMENTOS PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Diseño de imagen/es del certamen (posibilidad de utilizar varias versiones en función de los públicos).

Folleto o presentación comercial, cartel, flyers.

Planificación de campaña de promoción de expositores en circuitos especializados.

Planificación de campaña de promoción de visitantes: canales, acciones, propuesta de uso de elementos diversos on/off...