# PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA LA PROMOCIÓN PUBLICITARIA DURANTE EL CALENDARIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE BILBAO BIZKAIA 2023 EN LOS MERCADOS DE FRANCIA, ESTADO, PAISES BAJOS Y BÉLGICA, REINO UNIDO, ALEMANIA, PORTUGAL, ENTRE OTROS, PARA ESTIMULAR LA DEMANDA Y LA ATRACTIVIDAD DEL TERRITORIO DE BILBAO-BIZKAIA

## 1. ANTECEDENTES

La Asociación para la Revitalización del Bilbao Metropolitano (en adelante Bilbao Metropoli-30) se constituye para realizar proyectos de planificación, estudio y promoción, dirigidos hacia la recuperación y revitalización del Bilbao Metropolitano, definido como una realidad social y económica sin unos límites geográficos precisos y cuya existencia se ha proyectado por todo su entorno regional e internacional.

En este sentido, Bilbao Metropoli-30, cuenta con un convenio de colaboración con la Diputación Foral de Bizkaia para la promoción turística y exterior de 2022, firmado el 8 de marzo de 2022 y prorrogado hasta el 31 mayo de 2023.

Durante dicho año, las actividades a desarrollar por Bilbao Metropoli-30 se dividen en dos ejes principales:

a. Promoción turística
   1) Consumer y PR.
   2) Campaña digital.
   3) Co-marketing con compañías aéreas.
   4) Secretaría Técnica Consumer y PR Marketing.
   5) Identidad Turística

B. Promoción exterior:
   1) Realización de estudios para la mejora de la competitividad y posicionamiento internacional de Bizkaia.
   2) Acciones que aumenten la atracción y dinamización del tejido empresarial de Bizkaia con nuevas inversiones.
   3) Análisis de instrumentos de diseño integral de Bizkaia para su futuro estratégico.
   4) Interlocución con agentes internacionales de primer nivel.
   5) Recepción de delegaciones internacionales vinculadas con las actuaciones anteriores.

## 2. ESTRATEGIA DE TURISMO 2030

La Estrategia de Turismo de Bilbao Bizkaia 2030 –horizonte en clave de cooperación, digitalización y sostenibilidad- supone la culminación de un amplio proceso participativo que ha involucrado a más de 250 agentes públicos y privados del sector turístico del territorio, cuyas aportaciones han permitido trazar el marco común de trabajo en materia turística para el horizonte 2030.

La Estrategia de Turismo de Bilbao Bizkaia 2030 se alinea con las reflexiones estratégicas y los esfuerzos realizados desde el punto de vista del desarrollo, marketing y gobernanza, sentando sus bases en un modelo ya consolidado.

Asimismo, esta Estrategia se enmarca en un nuevo ciclo de planificación a largo plazo y responde a la apuesta decidida por continuar reforzando el crecimiento del turismo de Bilbao Bizkaia desde una base de contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como a la necesidad de plantear políticas que permitan hacer frente al impacto que ha causado la Covid-19 en el sector.

Con todo ello, la nueva Estrategia aspira a reforzar el compromiso del turismo de Bilbao Bizkaia por un desarrollo sostenible desde la perspectiva medioambiental, económica y social, incidiendo de forma específica en la gestión del turismo en clave territorial. Con este objetivo, la Estrategia de Turismo de Bilbao Bizkaia 2030 se orienta a dar respuesta al bienestar y satisfacción de todas las personas que participan en su cadena de valor a través de la cooperación, la digitalización, la innovación y la inteligencia turística.

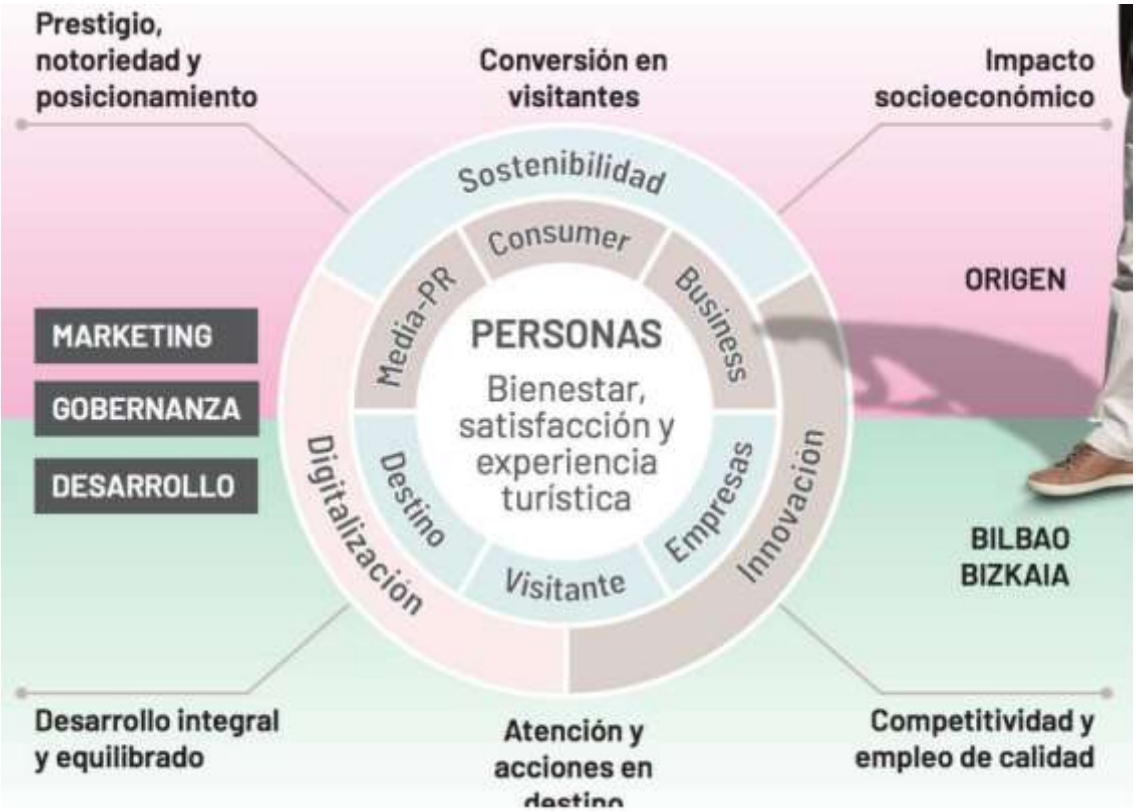
Debemos imaginarnos cómo queremos que sea Bizkaia como destino turístico en los próximos años y plantearnos desde este mismo instante qué necesitamos para conseguirlo. El sector turístico evoluciona a gran velocidad, dado que son los mercados quienes marcan las tendencias, configuran los flujos turísticos y determinan el éxito de los destinos. Nuestros competidores cuentan cada vez con estrategias más competitivas, por ello enfocamos nuestros esfuerzos en alcanzar metas exigentes y a la altura de los tiempos.

Contar con unos objetivos claros y que podamos medir es fundamental para conocer si aquello que queríamos conseguir se está cumpliendo. Gestionar el turismo con la responsabilidad que ello conlleva, pasa por que la Diputación Foral de Bizkaia asuma el liderazgo de un sector atomizado y a su vez por garantizar un impacto que beneficie a turistas, empresas y sociedad.

Estos son los 7 objetivos principales de la nueva Estrategia de Turismo 2030 de Bilbao Bizkaia:

1. Generar impacto socioeconómico de forma sostenible
2. Mejorar la competitividad del tejido empresarial.
3. Atraer visitantes y desarrollar el destino de forma equilibrada y sostenible
4. Consolidar el posicionamiento internacional y reforzar la imagen del destino.
5. Mejorar la experiencia y satisfacción de todas las personas.
6. Transformar digitalmente el destino.
7. Reforzar el ecosistema y el modelo de inteligencia turística

Nuestro reto es poner a las personas en el centro de nuestra estrategia para impulsar actuaciones adaptadas a las necesidades del sector turístico en clave de sostenibilidad, innovación y digitalización. La Dirección de Turismo y Promoción exterior lidera la estructuración mediante el Bilbao Bizkaia Action Group (BBAG) y sus mesas en las que participa activamente Bilbao Metropoli-30, además de todas aquellas acciones en origen junto con el sector. Bilbao, Bizkaia, las comarcas y los municipios junto con las asociaciones empresariales se encargan de desarrollar el turismo en destino de manera organizada.




Bilbao Bizkaia coloca en el centro de su acción a las personas: las actuaciones del destino tienen como prioridad garantizar el bienestar, la satisfacción y una experiencia turística grata a toda la cadena turística. El destino aplica los principios de sostenibilidad social, ambiental y económica para fomentar un desarrollo turístico equilibrado, compensando la generación de riqueza y empleo, el intercambio cultural, la satisfacción de los visitantes y la felicidad del destino. Se identifica la sostenibilidad, digitalización e innovación como palancas de cambio para responder a los retos que se plantean el destino. También se refuerza el modelo de gobernanza del sector turístico de Bilbao Bizkaia al ampliar los agentes implicados en el desarrollo y en la industria e incorporar la escucha activa de la ciudadanía bizkaina y la opinión de turistas y excursionistas.

En este sentido, este nuevo esquema determina en qué posición debe operar cada organismo, asociación o empresa de cara a alinear los esfuerzos del sector. Dejando en manos de la marca turística de Bizkaia todo lo relativo a las acciones en origen, y el desarrollo turístico en el destino a los entes de gestión territorial y sector empresarial.

La marca turística de Bizkaia es el fruto de trabajar conjuntamente entre la Diputación Foral de Bizkaia, el Ayuntamiento de Bilbao, los entes de gestión territorial y las asociaciones empresariales como Bilbao Metropoli-30, todos ellos, representados en el BBAG.

Liderar e impulsar el sector, desarrollar turísticamente el territorio y dirigirse a los consumidores. Una estructura de trabajo más sencilla y compacta que diferencia el esfuerzo que Bizkaia debe hacer en el destino y en el origen, en la que la Dirección de Promoción Exterior y Turismo asume el liderazgo del sector turístico del Territorio y en el que Bilbao Metropoli-30

colabora de manera activa. Reformulamos las líneas de trabajo en tres: Desarrollo, Marketing y Gobernanza.

**DESARROLLO**
La estrategia define los pasos a dar para diseñar, adaptar y preparar el destino para adecuarlo a las necesidades de cada visitante, utilizando los iconos turísticos de referencia para captar su interés, poniendo en valor la oferta de calidad que ofrecen las empresas y destacando la existencia de infraestructuras punteras para hacer su estancia más atractiva, inclusiva y sostenible.

**MARKETING**
Avanzar hacia un marketing personalizado, capaz de ofrecer mensajes acordes a las necesidades e intereses de cada tipo de visitante, adaptando la comercialización a cada grupo de interés.

**GOBERNANZA**
Reforzar la apuesta por la colaboración público-privada, clave para un modelo de gobernanza colaborativo en el que los agentes de la industria turística participen de forma activa en la conformación no sólo de la estrategia sino en garantizar su cumplimiento. En definitiva, compartir una misma visión y cooperar de forma activa para lograr la consecución de los objetivos comunes.

A continuación, se muestran las 19 actuaciones definidas como prioritarias para la mejora del sector turístico comprendidas en la Estrategia de Turismo 2030 de Bilbao Bizkaia. Clasificadas en los nuevos ejes de trabajo (Desarrollo, Marketing y Gobernanza), todas ellas están orientadas a cumplir los 7 objetivos estratégicos de la estrategia y cuentan con un sistema de medición específico para evaluar su eficiencia. Bilbao Metropoli-30, a través de su convenio de colaboración con la Diputación Foral de Bizkaia, tiene como objetivo impulsar el desarrollo de varias de las actuaciones aquí mencionadas para apoyar la Estrategia de Turismo 2030.

| LINEAS Y VINCULACIÓN CON ODS | | OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE |
|---|---|---|
| LÍNEA1 | Fortalecimiento de las capacidades del tejido empresarial |  |
| LÍNEA2 | Generación de confianza en el destino |  |
| LÍNEA3 | Reactivación de la demanda turística |  |
| LÍNEA4 | Seguimiento y evaluación de la recuperación del sector |  |
| LÍNEA5 | Refuerzo de la cooperación con el sector para garantizar la recuperación |  |
| LÍNEA6 | Potenciación de los recursos turísticos |  |
| LÍNEA7 | Desarrollo y consolidación de los productos turísticos |  |
| LÍNEA8 | Impulso estratégico de eventos y turismo MICE en el territorio |  |
| LÍNEA9 | Fomento del equilibrio territorial a través del turismo |  |
| LÍNEA10 | Apoyo a la competitividad empresarial y el emprendimiento |  |

| | |
|---|---|
| LÍNEA11 | Incorporación de herramientas y soluciones tecnológicas |
| LÍNEA12 | Desarrollo de un ecosistema responsable |
| LÍNEA13 | Fortalecimiento del talento |
| LÍNEA14 | Atención al visitante |
| LÍNEA15 | Refuerzo de la identidad turística |
| LÍNEA16 | Promoción y comercialización en mercados |
| LÍNEA17 | Soporte a la actividad promocional |
| LÍNEA18 | Refuerzo del modelo de gobernanza |
| LÍNEA19 | Desarrollo del modelo de inteligencia turística |

Se puede consultar el resumen ejecutivo de la Estrategia de Turismo 2030 de Bizkaia a continuación: https://www.visitbiscay.eus/es/web/profesionales-y-medios/estrategia-2030

## 3. EL PLAN DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO 2018 -2025

El Ayuntamiento de Bilbao y la Diputación Foral de Bizkaia aúnan esfuerzos en la promoción de la ciudad y el territorio desde el 2010. Año tras año, el compromiso entre ambas instituciones ha dibujado nuevos horizontes a los que llegar conjuntamente. Bilbao Bizkaia se convierte en una apuesta firme por el sector turístico.

Además, en enero de 2018, tras un profundo trabajo de análisis del sector turístico, los visitantes y nuestro propio territorio, presentamos una nueva fórmula para promocionar y posicionar Bilbao Bizkaia en el mundo entero. Una cartera de productos únicos nos presenta internacionalmente en nuestros mercados prioritarios, con una estrategia que mira al 2025.

En febrero de 2022 se presenta una nueva manera de gestionar el turismo en el territorio, adaptada a los nuevos tiempos y con la voluntad de liderar este sector en Bilbao Bizkaia en la que participa de manera activa Bilbao Metropoli-30. El resultado de 12 meses de intenso trabajo con el sector público y el privado, son el primer paso de una estrategia a largo plazo.

A continuación el resumen ejecutivo del Plan de Posicionamiento Turístico de Bilbao Bizkaia 2018-2025: http://bit.ly/BilbaoBizkaia_2018_2025

## 4. OBJETO DEL CONCURSO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Constituye el objeto del contrato la colaboración publicitaria durante el calendario de promoción turística de Bilbao Bizkaia 2023 en los mercados de Francia, Estado, Países Bajos y Bélgica, Reino Unido, Alemania, Portugal, entre otros, para estimular la demanda y la atractividad del territorio de Bilbao-Bizkaia y dar soporte a la apertura de nuevas rutas para la comercialización del destino y de los productos turísticos para atractividad del territorio de Bilbao-Bizkaia, en las siguientes rutas:

Ruta Bilbao - Copenhague. Operador único de la ruta con 3 frecuencias semanales en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Destino nuevo en el ejercicio 2023 (se consideran los dos primeros años como nuevos) para el Aeropuerto de Bilbao y mercado de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

Ruta Bilbao - Paris CDG. Operador de la ruta con 7 frecuencias semanales en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Mercado prioritario y de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

Ruta Bilbao - London LGW. Operador único de la ruta con 3 frecuencias diarias en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Mercado prioritario y de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

Ruta Bilbao - Hamburgo. Operador de la ruta con 2 frecuencias semanales en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Mercado prioritario y de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

Ruta Bilbao - Bruselas. Operador de la ruta con 3 frecuencias semanales en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Mercado prioritario y de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

Ruta Bilbao - Zurich. Operador de la ruta con 2 frecuencias semanales en avión de más de 120 pasajeros, durante el periodo operativo anual, por una compañía aérea con al menos un avión basado en el Aeropuerto de Bilbao. Mercado prioritario y de alto valor turístico considerado en base a la Estrategia de Turismo Bilbao Bizkaia 2030.

## 5. OTRAS CONSIDERACIONES

No se contemplan.

## 6. SUPERVISIÓN Y CONTROL

Incumbe a Bilbao Metropoli-30, ejercer de una manera continuada y directa la inspección y vigilancia y supervisión de los trabajos para velar por su correcta ejecución, pudiendo hacer al contratista observaciones y comentarios respecto a la ejecución de los servicios. A este fin, el adjudicatario deberá permitir el examen de cualquier proceso o fase del trabajo. El adjudicatario deberá fijar, de mutuo acuerdo con Bilbao Metropoli-30, un calendario de reuniones de seguimiento.

La dirección de los trabajos será ejercida por un representante de Bilbao Metropoli-30, que actuará de coordinador y supervisor. Asimismo, todo cambio o modificación sobre la propuesta adjudicada, deberá contar con el acuerdo de Bilbao Metropoli-30 que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices del trabajo.

## 7. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD DEL TRABAJO

Los trabajos y todos los datos en ellos contemplados, así como los que de ellos resulten, son propiedad exclusiva de Bilbao Metropoli-30.

Del mismo modo, contarán con carácter confidencial, y no podrán ser publicados, ni en todo ni en parte, o utilizados de cualquier otro modo sin la expresa y previa autorización escrita de Bilbao Metropoli-30.

En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de Bilbao Metropoli-30.