PLIEGO DE BASES TÉCNICAS PARA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD Y CONTENIDOS DIGITALES PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA 2024 DE BILBAO BIZKAIA POR EL PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO

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, ha venido firmando convenios de colaboración con la Diputación Foral de Bizkaia para la promoción turística. En este marco algunas de las actividades desarrolladas por Bilbao Metropoli 30 dentro de la promoción turística del territorio han sido: Consumer y PR, campañas digitales, proyectos de co-marketing con compañías aéreas, actividades de Secretaría Técnica Consumer y PR Marketing, entre otras.

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 Covid19 en el sector.

Con todo ello, la nueva Estrategia aspira a reforzar el compromiso del turismo de 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 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.



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 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 Bilbao 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 Bilbao Bizkaia es el fruto de trabajar conjuntamente entre la Diputación Foral de Bizkaia, 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 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.





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

3. OBJETO DEL CONCURSO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El objeto del contrato consistirá en la prestación de prestación de contratación de los servicios de creatividad y contenidos digitales para la promoción turística 2024 de Bilbao Bizkaia

El objeto del contrato comprende los siguientes trabajos:

a) Producciones de videos y spots

b) Fotografías y publicaciones

Los Códigos CPV del contrato son los siguientes:

79340000-9 - Servicios de publicidad y de marketing
79342000-3 - Servicios de marketing
79342200-5 - Servicios de promoción
79822500-7 - Servicios de diseño gráfico
92111000-Servicios de producción de películas de cine y vídeo
92100000-Servicios de cine y vídeo

92111210-Producción de películas publicitarias.

4. OBJETIVOS DEL PROYECTO Y OFERTA A REALIZAR

En relación con la Estrategia 2030 y el Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 desarrollado desde de la Diputación Foral de Bizkaia, Bilbao Metropoli 30 identifica la necesidad para la contratación de los servicios de creatividad y contenidos digitales para la promoción turística 2024 de Bilbao Bizkaia.

Producir los spots y/o soportes audiovisuales y fotográficos de la campaña de turismo 2024 con las características indicadas por el contratante incluidos los servicios de postproducción y mejoras gráficas de los soportes audiovisuales

Podrán ser requeridos al contratante:

- Piezas generales audiovisuales del destino.
- Piezas de destino más específicas para lograr una mayor visibilidad de los productos, las comarcas y las actividades de Bilbao Bizkaia durante las diferentes estaciones del año.
- Los videos para publicar en la web deberán ser accesibles, es decir con subtítulos en los diferentes idiomas y autodescripción.
- Fotografías profesionales derivadas de los contenidos tratados
- Adaptaciones necesarias partiendo de las creatividades máster para aquellos casos en los que las actuaciones promocionales requieran materiales distintos de los formatos video para IG y FB stories, feed, IGTV.
- Guiones para publirreportajes.
- Adaptaciones de soportes para inserciones publicitarias.
- Coordinación y supervisión del trabajo realizado por el personal propuesto para la planificación, ejecución y monitorización de las actuaciones de promoción relacionadas con contenidos y creatividades.

La propuesta técnica para este proyecto debe incluir:

A) Proyecto, metodología y medios

El licitador deberá presentar una memoria en el que describa la metodología y medios para la consecución de los trabajos definidos en el pliego técnico, incluyendo estimación de plazos en las ejecuciones de los trabajos.

B) Portfolio

El licitador deberá aportar un PORTFOLIO con los trabajos de igual o similar categoría a los que constituyen el objeto del contrato en curso, referido a los tres últimos años.
El portfolio deberá contener trabajos que incluyan videos o spots, fotografías y publicaciones.

5. OTRAS CONSIDERACIONES

En común para todos los trabajos a realizar:

El adjudicatario deberá cumplir las disposiciones vigentes tanto generales como en el ámbito autonómico, foral y municipal en materia fiscal, laboral, seguridad social y prevención de riesgos laborales referidas al personal a su cargo.

La empresa adjudicataria deberá coordinar directamente con la persona asignada en BM30 o con otros posibles departamentos susceptibles de aportar información de interés para las publicaciones objeto de contrato, tanto para las nuevas publicaciones como para las actualizaciones.

Las creatividades deberán estar inspiradas en la actual línea de diseño de Bizkaia.

La empresa adjudicataria deberá realizar muestras/maquetas del material definitivo y no elaborar los elementos definitivos hasta tener la conformidad

Durante la realización del trabajo objeto del contrato se podrá efectuar por parte de BM30. cuantas sugerencias se consideren necesarias para el buen desarrollo del material.

La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica del trabajo, así como de las consecuencias que se deduzcan para BM30, o para terceras personas de las omisiones, errores, métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del mismo. La empresa adjudicataria correrá con los costes derivados de las posibles correcciones.

La empresa adjudicataria deberá disponer de los elementos materiales suficientes para la debida ejecución del contrato, llevando a cabo en tiempo y forma los servicios a prestar.

La empresa adjudicataria evitará incluir lenguaje sexista en las publicaciones ni imágenes sexistas o estereotipadas de la mujer en el turismo.

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.