ADERCON

Europa
invierte en las zonas rurales

Pliego de Prescipciones Técnicas

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LAS COMARCAS RURALES DE HUELVA
COMO DESTINO TURÍSTICO EN CIUDADES ESPAÑOLAS

ÍNDICE

Art. Pag.

1º OBJETO DEL CONTRATO 3
2º TIPO DE LICITACIÓN Y FINANCIACIÓN 3
3º DURACIÓN DEL CONTRATO 4
4º REQUISITOS TÉCNICOS 4
5º VALORACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA 7

Art. 1º - OBJETO

Es objeto de este pliego la determinación de las prescripciones técnicas que han de regirse para la realización de la actuación **"Campaña de promoción de las comarcas rurales de Huelva como destino turístico en ciudades españolas"**, por parte del Grupo de Desarrollo Rural Condado de Huelva (ADERCON). Ésta se llevará a cabo en León, Zamora, San Sebastián y Vitoria, según los requisitos técnicos detallados en el capítulo 4º.

La empresa adjudicataria deberá elaborar todos los elementos materiales que se utilizarán en la actuación, según las características técnicas del capítulo 4º de este documento.

Una vez finalizada la actuación, todos los elementos fabricados y utilizados, excepto los de acciones de *merchandising,* que se entregarán al público en las distitas ciudades, pasarán a ser propiedad de ADERCON.

Art. 2º - TIPO DE LICITACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los participantes en el concurso no podrán presentar ofertas por precio superior al tipo de licitación. La persona o empresa seleccionada deberá implantar el proyecto elegido conforme al presupuesto que presente, que en ningún caso podrá ser superior al tipo de licitación.

Se señala como tipo de licitación la cantidad de **148.899,00 €,** más el 21% de IVA **31.268,79 €,** ascendiendo el importe total a la cuantía de **180.167,79 €,** I.V.A. incluido, estando incluido en dicho precio todos los conceptos detallados más adelante en el presente pliego de prescripciones técnicas.

El contrato resultante se financiará con cargo a los presupuestos de la Asociación para el Desarrollo Rural del Condado de Huelva (ADERCON), por subvención otorgada por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía y por la Unión Europea a través del FEDER, del 100% del importe del proyecto, existiendo consignación presupuestaria suficiente y adecuada.

Art. 3º - PLAZO MAXIMO DE EJECUCIÓN

Una vez elegido el proyecto, el plazo de ejecución será el que viene marcado por la fecha de realización del último acto promocional, que tendrá lugar en la ciudad de León.

Art. 4º - REQUISITOS TÉCNICOS

La "Campaña de promoción de las comarcas rurales de Huelva como destino turístico en ciudades españolas", tendrá lugar en las siguientes ciudades y fechas:

1.- San Sebastián: 19, 20 y 21 de marzo de 2015.
2.- Vitoria: 25, 26 y 27 de marzo de 2015.
3.- Zamora: 9, 10 y 11 de abril de 2015.
4.- León: 15, 16 y 17 de abril de 2015.

Según la memoria descriptiva de la actuación, ésta consta de las siguientes intervenciones en cada una de las cuatro ciudades citadas:

A.- Promoción dirigida al público en general.

B.- Promoción dirigida a profesionales del sector turístico y a los medios de comunicación.

A. PROMOCIÓN DIRIGIDA AL PÚBLICO EN GENERAL.

La promoción dirigida al público en general tendrá una duración de tres días (jueves, viernes y sábado) en cada ciudad y consistirá en:

- Ubicación de **elementos publicitarios** según el diseño elaborado por ADERCON en distintos soportes. Se colocarán 14 reproducciones de Colón en taxis y 14 reproducciones de Rodrigo de Triana en farolas (ver proyecto adjunto en anexo I).

- Colocación de un ***stand* informativo** acompañado de una pieza hinchable representando al "huevo de Colón", que sea impactante y llamativa, en un punto con gran afluencia de viandantes de la ciudad destino (ver proyecto adjunto en anexo I). En el stand habrá durante todo el horario de atención al público dos azafatos/as informadores/as.

- Entrega de **material promocional** (1500 guías desplegables por ciudad) y elementos de *merchandising* (1500 chapas por ciudad). Las guías serán producidas por la empresa adjudicataria, según diseño aportado por la entidad licitadora, mientras que las chapas deberán ser diseñadas y producidas (ver características en anexo II).

B. PROMOCIÓN DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO Y A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

El primer día de estancia en cada ciudad, por la tarde, se llevará a cabo un acto dirigido a profesionales del turismo, instituciones y prensa. En este acto intervendrá el presidente/a de uno de los grupos de desarrollo de la provincia, con una exposición de todos los recursos, atractivos, productos y posibilidades turísticas de todas y cada una de las comarcas onubenses. Posteriormente se proyectará un video promocional, elaborado expresamente para esta campaña, con imágenes de todas las comarcas y con una música atractiva, que suponga una incitación a conocerlas (ADERCON proporcionará este video a la empresa adjudicataria). Por último, se ofrecerá una degustación de productos gastronómicos singulares de los distintos territorios onubenses y se les entregará una bolsa con la imagen de la campaña "Tierras del Descubrimiento" con productos onubenses en su interior (queso de la sierra de Huelva y vinagre del Condado).

Para ello, las ofertas que se presenten deberán tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La empresa adjudicataria deberá poner a disposición del evento un **lugar adecuado**, en el que se colocarán todos los elementos promocionales que se han elaborado para la campaña (enaras, *fotocall*, guías, etc.) y que será cedido por los Grupos de Desarrollo para este fin.

- Se organizará un **servicio de catering** para 100 personas, como mínimo, en cada ciudad. En el menú, deberán incluirse productos onubenses de primera calidad (jamón ibérico de la DO Jamón de Huelva, gamba blanca, queso elaborado tradicionalmente de la sierra de Huelva, mojama de atún rojo de las factorías onubenses, fresas y frutos rojos de la provincia), según especificaciones que aparecen en el anexo III. Estos productos deberán cumplir tres requisitos principalmente:

    - Ser de primera calidad.
    - Ser singulares de su comarca.
    - No llevar marca (con la finalidad de cumplir con el artículo 107 del Tratado de Funcionamiento de la UE:*"(...) la participación de un GDR en una feria para la promoción de su territorio (...) está destinada a promocionar las posibilidades de un territorio sin diferenciar entre unas empresas u otras o sus producciones".*

- Para garantizar el buen estado y presentación de estos productos se deberá contar con un **jefe de cocina** que se encargue de la recepción, la elaboración, cuando sea necesaria, el emplatado y la coordinación del servicio de catering.

- La degustación irá acompañada de una exhibición de un maestro **cortador de jamón**.

- Se deberá garantizar la presencia de **personajes relevantes** que le den repercusión mediática al evento.

Para todo el desarrollo de las actuaciones en cada una de las ciudades, la propuesta técnica deberá contener las siguientes funciones por parte de la empresa licitadora:

1. Coordinación y organización.

2. Elaboración de los elementos que se utilizarán para la promoción entre el público en general (figuras, objetos hinchables, folletos, objetos de *merchandising*, etc).

3. Transporte y colocación en las distintas ciudades de los elementos citados así como los que se utilizarán en el acto con los profesionales del sector turístico y los medios de comunicación (enaras, fotocall, etc).

4. Transporte de los productos de Huelva para la degustación.

5. Transporte, alojamiento y manutención durante dos días de hasta cinco personas propuestas por ADERCON (personal técnico y/o directivo de los GDR de la provincia), a cada una de las ciudades donde se desarrolle la campaña.

6. Dotación de personal para el stand informativo durante los tres días de permanencia (con un mínimo de dos personas).

7. Tramitación de todos los seguros y permisos que sean preceptivos para las distintas actividades.

8. Elaboración y envío de las notas de prensa para los medios de comunicación.

9. Recopilación de información y elaboración de documento para las intervenciones en los actos.

10. Difusión de los resultados de la campaña en las distintas comarcas.

11. Transmisión de la información a las empresas turísticas de las comarcas sobre los contactos obtenidos en el acto con profesionales para que éstas puedan ofrecerles sus servicios o productos.

12. Organización de la degustación de productos de la gastronomía onubense. Para ello será necesario el contacto con los proveedores de las distintas comarcas, en coordinación con los GDR y Consejos Reguladores de la provincia, así como contratar el medio de transporte para que los productos lleguen en perfectas condiciones para su consumo. Del mismo modo, será necesario la contratación de un cortador/a de jamón y un jefe/a de cocina.

13. Contratación de una empresa de catering para la degustación de productos en el acto promocional con los profesionales del turismo y los medios de comunicación. Esta empresa será la encargada de facilitar el menaje (vajilla, mantelería, etc.), el personal y las bebidas y de poner a disposición de la empresa organizadora, instalaciones para la conservación y preparación de los productos que se van a degustar, bajo la supervisión del jefe de cocina.

14. Contratación de una empresa de enlace en cada ciudad con las siguientes funciones:

- Organizar y coordinar, en cada ciudad, el acto con profesionales y medios de comunicación.
- Proponer los espacios más idóneos para celebrar los actos (colocación del stand informativo, acto promocional, alojamiento de los participantes, permisos municipales, seguros, etc.).
- Coordinar la logística necesaria para cada uno de los actos (equipos audiovisuales, atril, micrófonos, enaras, contratación de catering, etc.)
- Garantizar la asistencia del máximo número de agencias de viajes, medios de comunicación y profesionales del turismo.
- Asegurar la presencia del mayor número de medios de comunicación al evento.
- Elaborar un listado de invitados al acto promocional con los datos necesarios para cumplir con el punto 8.
- Enviar la convocatoria y asegurar la participación en el evento de profesionales e instituciones.
- Confirmar la asistencia de los profesionales e instituciones.
- Prestar el servicio de azafatas para el acto promocional.
- Recopilar fotos de los actos y elementos de la campaña, recortes de prensa, y todos aquellos datos que figuren en los medios de comunicación para acompañarlos en la memoria justificativa.
- Recopilar los justificantes de asistencia al acto.

Todo ello conforme a las directrices de supervisión y control que señale el responsable del contrato nombrado a los efectos por ADERCON, de forma directa al interlocutor designado por el adjudicatario.

El licitador deberá presentar un **proyecto de actuación** que contendrá, como mínimo, todos los aspectos que aparecen en el artículo 5º: "Valoración de la propuesta técnica".

Art. 5º – VALORACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA.

En la propuesta técnica se valorarán los siguientes aspectos:

- El emplazamiento de los elementos publicitarios y la ubicación del stand informativo en cada una de las ciudades.
- Las propuestas de espacios para la presentación a los profesionales y medios de comunicación.
- El currículum de la empresa enlace.
- El número de profesionales y medios de comunicación que se garantizan en cada una de las ciudades.
- El currículum del cortador/a de jamón y del/la Jefe/a de cocina.
- La cobertura mediática (con indicación cuantitativa) que se considere que se es capaz de generar en cada una de las ciudades.

- La cobertura mediática (con indicación cuantitativa) que se considere que se es capaz de generar en cada una de la provincia de Huelva.

- El sistema que se utilizará para facilitar la información a las empresas turísticas de las comarcas de Huelva sobre los contactos obtenidos en el acto con profesionales para que éstas puedan ofrecerles sus servicios o productos.

- La capacidad de influencia de la empresa de enlace para generar interés por la campaña y por la provincia ante la prensa y los profesionales del turismo.

- La estética de la imagen propuesta para el evento (adecuación del espacio, medios audiovisuales, *merchandising,* etc.) y la adecuación de los elementos con la campaña "Tierras del Descubrimiento".

- La notoriedad de los personajes relevantes desde el punto de vista mediático que se inviten al evento.

ADERCON
ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL DEL CONDADO DE HUELVA

ANEXO II

Material promocional para la promoción al público en general

- 6.000 guías desplegables. Tamaño 96x 17 cm., abiertas, impresas a 4/4 tintas en estucado brillo de 135 grs. Plegadas en 8 cuerpos en zigzag (el contenido y diseño será aportado por ADERCON).

- 6.000 chapas redondas de 32 mm. De diámetro, con impresión acabado brillante de logo "Tierras del Descubrimiento

ANEXO III

Productos, con indicación de cantidad, para la degustación en el acto de promoción para profesionales, instituciones y prensa.

- Caña de lomo (9 kg.)
- Queso de la Sierra (17 Kg.)
- Jamón ibérico D.O. (52 kg.)
- Mojama (20 kg.)
- Gambas (32 kg.)
- Frutas rojas: fresas, frambuesas, moras y arándanos (32 kg.)
- Vino blanco de la D.O. Condado de Huelva (120 l.)
- Vino generoso de la D.O. Condado de Huelva (32 l.)
- Aceite de oliva producido en Huelva (8 l.)
- Quesitos de la sierra de Huelva, para regalo (600 unidades de 150 g.)
- Botellitas de vinagre de la D.O. Condado de Huelva, para regalo (600)

ADERCON