

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD NACIONAL ONLINE DEL DESTINO COSTA CÁLIDA REGIÓN DE MURCIA.

1. OBJETO Y PRESUPUESTO

El presente pliego tiene por objeto la contratación de una campaña de publicidad nacional online que comprenda la planificación, gestión y compra de espacios publicitarios online con el fin de promocionar el destino Costa Cálida-Región de Murcia.

El presupuesto máximo de licitación para el desarrollo de esta campaña de publicidad online es de 100.000,00 euros IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total **121.000,00 euros IVA incluido.**

2. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS:

2.1 OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA.

Los principales objetivos que persigue esta campaña son:

- ✓ Reforzar el posicionamiento de la marca Costa Cálida Región de Murcia.
- ✓ Desestacionalizar la oferta de Costa Cálida Región de Murcia e incentivar las ventas en temporada baja.
- ✓ Impactar a un público objetivo interesado en realizar escapadas de fin de semana, puentes, vacaciones de verano,... dependiendo del periodo de la campaña.
- ✓ Garantizar la presencia continuada de Costa Cálida Región de Murcia en las provincias limítrofes para escapadas y venta de actividades, y en Madrid y otras zonas (indicadas más adelante) para las vacaciones de verano y los puentes.

2.2 TIPOS DE CAMPAÑAS Y PERIODOS DE DESARROLLO.

A continuación se detallan las diferentes campañas de publicidad nacional online que se pretenden contratar para el cumplimiento de los fines de promoción del destino Costa Cálida- Región de Murcia, así como el periodo de ejecución de las mismas, los productos turísticos a promocionar, el ámbito de interés de la difusión publicitaria y el presupuesto máximo destinado a cada una de ellas.

I. - CAMPAÑA DE ESCAPADAS (DESESTACIONALIZACIÓN) 2016 – 2017

Periodo:

Del 19 de septiembre de 2016 al 31 de mayo de 2017.

Productos a promocionar:

Escapadas y actividades de ciudad, naturaleza, enoturismo, salud, sol y playa-náutico,... Los productos los determinará el Instituto de Turismo dependiendo de cada época del año.

Ámbito de difusión:

Las ciudades de Madrid, Albacete, Alicante, Almería, Granada y Valencia.

Nota: las ciudades mencionadas podrán ser sustituidas por otras de población similar en caso de que el ITREM así lo disponga.

Presupuesto: 60% del total.

60.000,00 IVA excluido. Importe total, **72.600,00 IVA incluido**

II. CAMPAÑA SEMANA SANTA

Periodo:

Del 27 de marzo al 14 de abril de 2017.

Productos a promocionar:

Sol y playa, náutico, cultural-ciudad, naturaleza-activo, y salud-belleza.

Ámbito de difusión:

Las ciudades de Madrid, Albacete, Alicante, Almería, Granada y Valencia.

Nota: las ciudades mencionadas podrán ser sustituidas por otras de población similar en caso de que el ITREM así lo disponga.

Presupuesto: 10% del total.

10.000,00 € IVA excluido. Importe total **12.100,00 € IVA incluido**

III. CAMPAÑA VERANO 2017

Periodo:

Del 15 mayo al 15 julio de 2017.

Productos a promocionar:

Escapadas y actividades de ciudad, enoturismo, naturaleza, náutico y salud.

Ámbito de difusión:

Las ciudades de Madrid, Albacete, Bilbao, Barcelona y Valladolid

Nota: las ciudades mencionadas podrán ser sustituidas por otras de población similar en caso de que el ITREM así lo disponga.

Presupuesto: 10% del total.

10.000,00 € IVA excluido. Importe total **12.100,00 € IVA incluido**

IV. CAMPAÑA PUENTES NACIONALES

Periodo y ámbito de difusión:

Prestar especial atención a los puentes, tanto nacionales como autonómicos, para tener presencia en las ciudades de Madrid, Bilbao, Barcelona, Valladolid, Alicante, Valencia, Albacete, Almería, Granada y Jaén.

Productos a promocionar:

Multiproducto, dependiendo de la época del año en que sean los puentes.

Nota: las ciudades mencionadas podrán ser sustituidas por otras de población similar en caso de que el ITREM así lo disponga.

Presupuesto: 20% del total.

20.000,00 IVA excluido. Importe total. **24.200,00 € IVA incluido.**

3.-ESTRATEGIA DE MEDIOS:

- Compra programática de banners (RTB) en sites de: viajes y turismo, prensa y revistas digitales, meteorología y estilos de vida que se encuentren dentro del Top200 de ComScore.
- Compra Vídeo Campaña Display CPC (sólo para campaña de verano).

Importante: no incluir campaña de buscadores ni campaña en RRSS (redes sociales).

4.- SOPORTES A CONTRATAR:

- Formatos Display notorios, en home y/o secciones destacadas.
- Envío de newsletter (presencia exclusiva del destino y en inserciones publicitarias).
- Integraciones de contenido redaccional. Importante: el Instituto de Turismo facilitará las imágenes y los textos necesarios para el contenido, pero no redactará los reportajes. Esto será a cargo del soporte elegido, que tendrá que enviar el reportaje al ITREM para su aprobación antes de que sea publicado.

Datos a tener en cuenta para todos los soportes solicitados:

- Posicionamiento de los sites en los ranking oficiales (Comscore).
- Calendario y óptico de las campañas.
- Indicar todos los formatos que se compren por impresiones, así como sus clics estimados.
- Indicar todos los formatos que se compren a CPC, así como las impresiones estimadas para conseguirlos.

Importante: las estimaciones han de ajustarse lo máximo posible a los resultados finales.

En Murcia, a 14 de junio de 2016

Violeta Pérez Fructuoso

Jefe Área de Comunicación del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

Dr. Manuel Fernández-Delgado Tomás

Director General del Instituto del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.