

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0418</b>	Documentos 1 de 4
		Fecha: JULIO 2018

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA EL ACUERDO MARCO PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA EL FOMENTO DE LA RUTA DEL VINOC DE CASTELLÓN PARA EL AÑO 2018 DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CASTELLÓN**

<b>Nº Pliego/Expte: A0418</b>	<b>PARTIDA PRESUPUESTO: 6270001</b>
<b>Fecha aprobación: 26/07/2018</b>	
<b>Responsables técnicos: FRANCISCO GARCÍA</b>	
<b>Procedimiento: ABIERTO</b>	<b>Tramitación: ORDINARIA</b>

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0418</b>	Documentos 2 de 4
		Fecha: JULIO 2018

## 1.-OBJETO DEL CONTRATO

Es objeto del contrato es la realización de una campaña de promoción offline cuyo objetivo es dar a conocer y fomentar el turismo en la Ruta del Vino de Castellón en el año 2018.

## 2. PRESTACIÓN

La misión de la Ruta del Vino de Castellón es el desarrollo enoturístico de la Provincia de forma sostenible y rentable, creando una oferta atractiva y competitiva con gran capacidad de penetración en los mercados nacional, adoptando las medidas necesarias para crear un producto de alta calidad y apoyándose en las herramientas de promoción y comercialización más eficientes y adecuadas para alcanzar los objetivos prefijados

**Público Objetivo:** Residentes y turistas de la Provincia de Castellón, así como residentes de la Comunidad Valenciana. El perfil es el enoturista de proximidad, de poder adquisitivo alto o medio, que viaja solo, en pareja, con un grupo de amigos o bien con su empresa, que se considera un amante, o como mínimo, está interesado en el mundo del vino.

**PERIODO DE CAMPAÑA:** Del 1 septiembre al 15 de noviembre de 2018.

La Ruta del Vino de Castellón con esta campaña de Promoción offline tiene como objetivo final consolidar el producto turístico teniendo presencia habitual en los diferentes medios de comunicación y herramientas tanto provinciales como autonómicas.

Creatividad de la Campaña:

Se deberán adoptar las medidas de difusión del carácter público de la financiación. Dichas medidas consistirán en la inclusión de los logos corporativos del Patronato Provincial de Turismo de Castellón, el de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Castellón y el de la Ruta del Vino de Castellón, así como en leyendas relativas a la financiación pública en cualquiera de los medios que se utilicen; materiales impresos, contenido y realización de las cuñas publicitarias de radio y medios electrónicos o audiovisuales, o bien en menciones realizadas en medios de comunicación

Además, se deberán respetar y dar uso al material gráfico ya creado de la Ruta del Vino de Castellón.

El material gráfico deberá tener su correspondiente adaptación en radio.



	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0418</b>	Documentos 3 de 4
		Fecha: JULIO 2018

La creatividad ha de tener también adaptación para anuncios en prensa con formatos verticales, horizontales a color, blanco y negro etc.

En caso de que en la creatividad aparezcan imágenes deben identificarse claramente lugares, o a hitos o recursos de la Ruta del Vino de Castellón.

Otras propuestas que consideren los creativos para mejorar y maximizar la campaña de publicidad.

## 2. Producción.

La empresa adjudicataria cederá a **la Ruta del Vino de Castellón** los derechos en exclusiva para publicitar la campaña en cualquier medio de comunicación tanto online como offline y en redes sociales.

### 2.1. Radio.

La duración de las cuñas en radio será de 20 “en horario de 8,00 a 22,00 h.

La música, locuciones, diseño y la maqueta que se emitan correrán a cargo de la empresa contratada, así como todos los derechos que afecten a su uso publicitario (autor, fonográficos, sincronización...).

Se deberán contratar al menos tres emisoras.

### 2.2. Prensa

Los anuncios en medios de comunicación escrita deberán tener los formatos gráficos con un máximo de 300cm<sup>2</sup> y un mínimo de 225cm<sup>2</sup>

La imagen resultante deberá responder a la ya diseñada por la Ruta del Vino de Castellón.

El anuncio deberá ser perfectamente asimilable y comprensible tanto en color como en blanco y negro.

Contratar al menos tres medios de prensa escrita.

Deberán estar excluidos de la campaña aquellos medios de comunicación que sean sólo de ámbito local.

	<b>PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0418</b>	Documentos 4 de 4
		Fecha: JULIO 2018

### 3. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Se deberá presentar una memoria explicativa que incluya el análisis de la estrategia creativa y comunicativa, la valoración de los distintos soportes de comunicación y su distribución, la eficacia y rentabilidad esperada de la estrategia diseñada y el cronograma de la actividad.

Al finalizar la campaña se hará entrega de una memoria evaluativa de la misma, consistente en la declaración detallada de las acciones realizadas, acompañado de la documentación gráfica acreditativa., acompañada de la documentación acreditativa de la inserción de la imagen corporativa del Patronato, Cámara y Ruta del Vino”.

### 4.PERFIL DE CANDIDATOS

Las personas físicas o jurídicas cuyos candidatos concurren deberán reunir el siguiente requisito:

Tener una Experiencia superior a tres años en el ámbito de la publicidad y asesoramiento a empresas en dicho campo. (Se acreditará presentando el CV y un documento firmado por el técnico que recoja una tabla con los proyectos y trabajos de asesoramiento a empresas realizado