



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LOGROÑO 2022.

Entidad Contratante:

CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE LA RIOJA

Avenida Gran Vía nº 7, piso 7º, 26002 Logroño (La Rioja)

Telf y Fax: 941248500 – 941239965

NIF: Q-2673001J

Servicio:

DESARROLLO DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE LOGROÑO 2022

Expediente:

COM/2/2022

Procedimiento:

Abierto

Criterios de valoración:

Varios

Responsable técnico del contrato:

Laura Gil Vélez de Mendizábal

Introducción:

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja tiene prevista la gestión de actividades de dinamización comercial de la ciudad de Logroño en base al convenio de colaboración firmado con el Excmo. Ayuntamiento de Logroño, con los siguientes objetivos:

- Dar a conocer la oferta comercial de la ciudad.
- Sensibilizar sobre la compra en el comercio de Logroño y tomar conciencia de la importancia del propio tejido comercial de nuestra ciudad.
- Fomentar las compras en el comercio local.
- Transmitir la imagen de comercio local sostenible incidiendo en el menor impacto ambiental que supone y por tanto un modelo de consumo más sostenible, siendo los ciclos de distribución más cortos.
- Con el comercio local hay una reinversión de las ganancias en el entorno más próximo.
- Transmitir los beneficios que aporta a la sociedad comprar en los comercios de la ciudad, no sólo del centro sino también en el comercio de barrio, así como los mercados tradicionales.
- Resaltar las ventajas del comercio de Logroño ante otros canales de venta, como grandes plataformas on line.
- Conseguir la participación e interacción de los jóvenes con el comercio de Logroño como agentes activos del desarrollo de la ciudad y del suyo propio.
- Transmitir la importancia del comercio de los barrios como centros neurálgicos de la vida y mostrar su importante papel en la vida cotidiana.
- Promocionar el turismo comercial de la ciudad para darlo a conocer entre los turistas que nos visiten.

El público objetivo al que va dirigida la campaña de comunicación para la dinamización del comercio de Logroño se divide en:

- Un público primario: el conjunto de ciudadanos residentes en Logroño.
- Los habitantes de otras poblaciones de La Rioja y de regiones colindantes a Logroño, tales como Vitoria, Pamplona y Soria, que también son clientes potenciales de los comercios de Logroño.
- Los propios comerciantes de la ciudad, tanto del centro como de las diferentes zonas de la ciudad.

Cláusula 1ª. Objeto del contrato.

El contrato tiene por objeto la prestación del servicio de desarrollo de un plan de medios para la campaña de comunicación para las siguientes campañas comerciales tendentes a promocionar el comercio de Logroño: “La vuelta al cole”, “Black Friday” y “Navidad” (en adelante, campañas comerciales).

Las fechas en que se deberá prestar el servicio son las siguientes:

- > “La vuelta al cole”: del 5 al 30 de septiembre de 2022.
- > “Black Friday”: del 26 de octubre de 2022 al 25 de noviembre de 2022.
- > “Navidad”: del 12 de diciembre de 2022 al 6 de enero de 2023.

CPV: 79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing.

Cláusula 2ª. Prestaciones básicas incluidas en el objeto del contrato.

1.- El adjudicatario viene obligado a desarrollar un plan de medios para la promoción de las campañas comerciales en medios de comunicación y redes sociales.

Esta campaña de promoción deberá incluir la realización y gestión de inserciones publicitarias en medios de comunicación local, regional y de comunidades limítrofes, con un máximo del 60% para Logroño y al menos un 15% fuera de la comunidad (excepto Navidad que será de un 70%).

En concreto, la campaña de comunicación y promoción (plan de medios) deberá incluir, al menos, las siguientes inserciones publicitarias:

Parte on line:

- Publicidad y dinamización de contenidos en al menos las siguientes redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.
- Publicidad programática.
- Prensa digital tradicional (al menos 2 medios).
- Marketing de influencer:

La campaña deberá establecer una estrategia de marketing de influencers con las siguientes características:

- Los influencers buscarán difundir una imagen positiva del comercio de Logroño, destacando la oferta comercial de la ciudad y comprometiéndose a promocionar el comercio de Logroño en sus redes sociales.
- Se deberán crear acciones innovadoras que promocionen y difundan el comercio de la ciudad en lo relativo a las campañas comerciales objeto de esta licitación.
- Se creará una estrategia de campaña en redes sociales, con especificación de las plataformas donde se vayan a lanzar la campaña y las acciones a realizar.
- Se exige contratar y adscribir a la ejecución del contrato al menos un (1) influencer de reconocido prestigio, seleccionado de entre los diez (10) que deberá proponer la empresa licitadora. Estos diez (10) candidatos deberán contar con un número mínimo de 100.000 seguidores en Instagram. Con la oferta deberá adjuntarse documentada la obligación asumida por el influencer con la licitadora para desarrollar los trabajos promocionales del contrato.
- Se creará el contenido para la campaña con influencer/s.
- Se deberá incluir en la oferta el compromiso de los influencers propuestos de ceder derechos no exclusivos sin limitación espacial y temporal sobre los materiales generados a la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Logroño.

Parte offline:

- Prensa escrita de pago.
- Prensa escrita gratuita.
- Emisoras de radio (al menos 3 radios).
- Televisiones locales y regionales (al menos 2 televisiones).
- MUPIs y/o diferentes soportes

En el plan de medios se deberá difundir y promocionar entre los ciudadanos la siguiente información:

- La emisión de los “Bonos Comercio” para las campañas comerciales objeto de esta licitación.
- Acciones promocionales previstas por la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de la Rioja para las campañas promocionales objeto de esta licitación.

2.- Asimismo, el adjudicatario viene obligado a realizar, a su costa, las siguientes prestaciones:

- a) Redactar y distribuir al menos 3 notas de prensa por cada una de las campañas comerciales.
- b) Apoyar a las Asociaciones de Comerciantes y Mercados de Logroño en la difusión de las acciones de promoción que estas desarrollen durante las campañas comerciales.

3.- El adjudicatario vendrá obligado a prestar el servicio de comunicación para las campañas comerciales utilizando la imagen gráfica y la definición de creatividades determinada por la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

4.- Durante la ejecución del contrato, el adjudicatario podrá cambiar a los influencers inicialmente designados, siempre que la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Logroño así lo autorice de forma expresa. En todo caso, los influencers sustitutos tendrán que ser siempre alguno de los 10 incluidos en la oferta del adjudicatario.

5.- De conformidad con lo previsto en la cláusula 21ª PCPAP, la propuesta técnica de cada licitador incluida en el sobre "2" deberá estar integrada, al menos, por dos epígrafes: un epígrafe 1 en el que el licitador habrá de desarrollar la respectiva oferta en lo que respecta a los aspectos enumerados en el apartado 1 de esta cláusula, a fin de que puedan ser debidamente valorados por el órgano de contratación de conformidad con los criterios previstos en la cláusula 18ª.B) PCAP, y un epígrafe 2 en el que se deberán asimismo recoger expresamente las obligaciones enumeradas en el apartado 2.

En otro caso, o si la propuesta técnica no se ajustase a o fuese distinta de las prestaciones básicas que se acaban de enumerar en los dos primeros apartados de esta cláusula, el licitador será automáticamente excluido.